



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**POR DENTRO E PARA FORA DOS QUADRINHOS: UM PANORAMA
DO NOVO QUADRINHO DIGITAL**

Gabriel Guimarães Maria de França

Rio de Janeiro / RJ
2013

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**POR DENTRO E PARA FORA DOS QUADRINHOS: UM PANORAMA
DO NOVO QUADRINHO DIGITAL**

Gabriel Guimarães Maria de França

Monografia de graduação
apresentada à Escola de Comunicação da
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como requisito parcial para a obtenção
do título de Bacharel em Comunicação
Social, Habilitação em Produção
Editorial.

Orientador: Prof. Mário Feijó Borges Monteiro

Rio de Janeiro / RJ
2013

**POR DENTRO E PARA FORA DOS QUADRINHOS: UM PANORAMA
DO NOVO QUADRINHO DIGITAL**

Gabriel Guimarães Maria de França

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Produção Editorial.

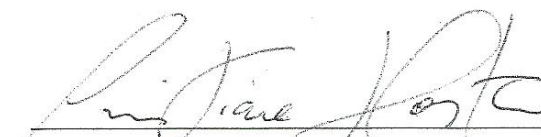
Aprovado por



Prof. Mário Feijó Borges Monteiro



Prof. Octávio Carvalho Aragão Júnior



Profª. Cristiane Henriques Costa

Aprovada em:

Grau:

Rio de Janeiro / RJ

2013

FRANÇA, Gabriel Guimarães Maria de.

Por dentro e para fora dos quadrinhos: um panorama do novo quadrinho digital/
Gabriel Guimarães Maria de França – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2013.

114 folhas.

Monografia (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2013.

Orientação: Mário Feijó Borges Monteiro

Histórias em quadrinhos. 2. Arte sequencial. 3. Novas tecnologias. I.

MONTEIRO, Mário Feijó Borges II. ECO/UFRJ III. Produção Editorial IV. Por dentro e para fora dos quadrinhos: Um panorama do novo quadrinho digital

DEDICATÓRIA

Para meus pais, meus amigos e, em especial, meu avô Acyr, que sempre me estimulou a correr atrás dos meus sonhos na arte sequencial, e a Deus, que sempre me mostrou que sonhos podem virar realidade.

AGRADECIMENTO

Se consegui conquistar tanto ao longo destes últimos anos, certamente foi graças à ajuda e apoio de pessoas ao meu redor, que carrego dentro de meu coração.

Primeiramente, devo tudo a Deus, que abriu todas as portas para muitas oportunidades que tive de conhecer pessoas da indústria de quadrinhos e formar amizades de grande valor.

À minha família, pelo apoio e amor incondicional nos meus momentos mais incertos.

Aos amigos que fiz na faculdade, principalmente o Excesso de Oito, e os professores que me estimularam sempre a aprender mais sobre a natureza do homem e da sociedade.

À Maria Clara Modesto, pelo carinho compartilhado e cuidado constante ao longo de mais de um ano e meio juntos.

Ao meu professor e orientador Mário Feijó, ao qual tive a grande benção de conhecer no meu primeiro período na faculdade e poder começar meus estudos sobre as histórias em quadrinhos a partir de seu livro sobre o meio, antes mesmo de conhecê-lo pessoalmente. A ele agradeço o contínuo apoio, a alta confiança e a bela amizade.

EPÍGRAFE

“Os quadrinhos podem ser tudo aquilo que a mente humana lhes permitir ser.”

Bill Watterson, criador da tirinha *“Calvin e Haroldo”*

FRANÇA, Gabriel Guimarães Maria de. **Por dentro e para fora dos quadrinhos:** Um panorama do novo quadrinho digital. Orientador: Mário Feijó Borges Monteiro. Rio de Janeiro, 2013. Monografia (Graduação Em Produção Editorial) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. UFRJ.

RESUMO

As histórias em quadrinhos como ferramenta de comunicação de massa, começaram sua jornada no final do século XIX, durante um momento de grande importância para a história da sociedade humana. Reunindo características particulares, a arte sequencial estabeleceu um novo meio para os autores se expressarem e poderem veicular suas mensagens. Uma vez que abriu tantas possibilidades tanto em termos de composição narrativa quanto em produção artística, é mais que compreensível que as editoras e empresas responsáveis pela publicação de centenas de revistas todos os meses sofreram uma grande quantidade de mudanças ao longo do século XX. Portanto, conforme os avanços tecnológicos ficam cada vez mais presentes no nosso dia-a-dia nesse novo milênio que se iniciou pouco mais de uma década atrás, é óbvio que as histórias em quadrinhos mudarão novamente, a fim de estarem qualificadas para corresponder às expectativas do público leitor. Analisando alguns exemplos-chave de abordagem das histórias em quadrinhos nos dispositivos digitais, como o aplicativo Madefire e a estratégia “Novos 52”, da editora DC, esse trabalho visa apresentar um abrangente, porém, focado panorama de como pode vir a ser o futuro das histórias em quadrinhos, enquanto meio de comunicação em si.

Palavras-chaves: Histórias em quadrinhos; Arte sequencial; Novas tecnologias;

ABSTRACT

Comic books as an instrument of social communication started its journey in the end of the 19th century, during a period of great changes in the history of human societies. Gathering particular characteristics, the sequential art established a new way for authors to produce their messages and express themselves. Once it has opened such possibilities in both aspects of narrative and artwork, it's more than clear that the industry behind the publishing of hundreds of magazines every month has suffered a whole lot of changes throughout the 20th century. Therefore, as we welcome the technology into the day-to-day life in this new millennium started no much more than a decade ago, it's obvious that comic books will change again to be qualified to fulfill the public's expectations. Analyzing some key-examples of approaches to the digital version of comics, such as the app Madefire and the New 52 strategy of DC comics, this work intends to show a wide however focused perspective to what may come as the future of the comic book media itself.

ÍNDICE DE IMAGENS

FIGURA 1 – Em charge, Pulitzer e Hearst brigam pelo domínio da indústria jornalística no começo do século XX, trajados igual ao “ <i>Yellow Kid</i> ”	21
FIGURA 2 – Exemplo do uso do contraste em preto e branco feito por Milton Caniff.....	23
FIGURA 3 – A primeira versão do “ <i>Superman</i> ” feita pela dupla Jerry Siegel e Joe Shuster, publicada em um fanzine de 1933, e a versão eternizada do personagem, em sua estreia na primeira edição da revista “ <i>Action Comics</i> ”, da editora DC, em junho de 1938	29
FIGURA 4 – Capa de uma das revistas que o “ <i>Capitão Marvel</i> ” figurava, a qual representa muito bem o combate ideológico presente nas histórias em quadrinhos durante a Segunda Guerra Mundial (desenho de C.C. Beck)	30
FIGURA 5 – Selo de aprovação criado pelo órgão A.C.M.P.	37
FIGURA 6 – Capa do livro “ <i>Seduction of the Innocent</i> ”, lançado em 1954, pelo psicólogo Frederic Wertham	38
FIGURA 7 – Capa da primeira edição da revista “ <i>MAD</i> ”	40
FIGURA 8 – Selo do Comics Code Authority	41
FIGURA 9 – Capa da “ <i>Edição Maravilhosa</i> ”, publicada pela editora EBAL com a adaptação para quadrinhos da obra “ <i>O Guarani</i> ”, de José de Alencar, no traço de André LeBlanc (1954)	46
FIGURA 10 – Stan Lee e alguns de seus personagens, retratados pelo desenhista John Byrne	49
FIGURA 11 – Cena de “ <i>American Splendor</i> ”, onde o protagonista e autor Harvey Pekar se dirige diretamente ao leitor	52
FIGURA 12 – Parte da capa de “ <i>Maus</i> ”, de Art Spiegelman	53
FIGURA 13 – Capas dos encadernados de “ <i>Watchmen</i> ”, de Alan Moore e David Gibbons, e “ <i>Batman: Cavaleiro das Trevas</i> ”, de Frank Miller	57
FIGURA 14 – Ilustração de Will Eisner utilizada para explicar as origens da narrativa gráfica	59

FIGURA 15 – Trecho de uma das histórias online dos “Combo Rangers”, feita por Fábio Yabu	67
FIGURA 16 – Capa da primeira edição de “ <i>Dragon Ball</i> ” publicada no Brasil	70
FIGURA 17 – Trecho de animação do “ <i>Gato Félix</i> ”	72
FIGURA 18 – Evolução na qualidade das produções cinematográficas envolvendo o “ <i>Capitão América</i> ” ao longo das últimas três décadas	74
FIGURA 19 – Logo da marca “ <i>Jovem Nerd</i> ”	78
FIGURA 20 – Logo do site “ <i>ArtistShare</i> ”	81
FIGURA 21 – Logo do site brasileiro “ <i>Catarse</i> ”	82
FIGURA 22 – Modelo do aparelho MEMEX criado por Vannevar Bush	84
FIGURA 23 – Foto de Steve Jobs apresentando o iPad, tirada do site da revista “ <i>Alfa</i> ”	87
FIGURA 24 – Exemplo da diferença entre o Kindle, da Amazon, e o iPad, da Apple.....	89
FIGURA 25 – Uma das propagandas veiculadas pela DC para promover seu projeto “ <i>Novos 52</i> ”	90
FIGURA 26 – Cena do “ <i>motion comic</i> ” produzido para expandir o universo apresentado no filme “ <i>A Origem</i> ”, de 2010	91
FIGURA 27 – Capa do quadrinho digital “ <i>Treatment: Tokyo</i> ”, produzido pela empresa Madefire	94
FIGURA 28 – Uma das páginas da “ <i>Treatment: Tokyo</i> ” que apresenta a narrativa construída em camadas	95
FIGURA 29 – Logo da Madefire	97
FIGURA 30 – Capa do quadrinho digital produzido pela Nike com o atleta chinês Liu Xiang, em 2010	99
FIGURA 31 – Exemplo de código QR	100

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	14
2. UMA NARRATIVA GRÁFICA SOCIAL.....	16
2.1 UMA ERA DE REVOLUÇÕES INDUSTRIAIS E SOCIAIS: UM PANORAMA DO SÉCULO XIX.....	16
2.2 UMA ARTE SEQUENCIAL EM ASCENÇÃO – VERSÕES E VISÕES.....	18
2.3 A FORMAÇÃO DOS SYNDICATES E O AMADURECIMENTO DO MEIO.....	23
2.4 A GRANDE GUERRA E OS SUPER PODERES DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS.....	27
3. CRISES E RENASCIMENTOS.....	34
3.1 FREDERIC WERTHAM E O COMICS CODE AUTHORITY.....	34
3.2 QUADRINHOS MUNDIAIS E A REINVENÇÃO DOS QUADRINHOS AMERICANOS.....	44
3.3 GRAPHIC NOVELS, HERÓIS QUE MORRERAM DE OVERDOSE E CAVALEIROS DAS TREVAS.....	51
3.4 A DECOMPOSIÇÃO DE CLONES E MITOS.....	57
4. UM NOVO CONTEXTO PARA UM NOVO SÉCULO.....	64
4.1 UM NOVO SÉCULO DE HISTÓRIAS PARA CONTAR.....	64
4.2 A EXPLOSÃO DO QUADRINHO ORIENTAL.....	68
4.3 LIVRARIAS, CINEMAS E NOVOS AMBIENTES PARA OS QUADRINHOS.....	71
4.4 NOVOS MODELOS DE INTERAÇÃO E CONSUMO.....	77
5. ADMIRÁVEL QUADRINHO NOVO.....	84
5.1 HOMENS DE HOJE.....	84
5.2 TABLETS, NOVOS 52 E NOVAS POSSIBILIDADES DE MERCADO.....	88
5.3 ANÁLISE DE CASO: “TREATMENT: TOKYO”	93
5.4 EXPANDINDO A EXPERIÊNCIA DAS HISTÓRIAS EM QUADRINHOS.....	98
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	102

REFERÊNCIAS.....	104
-------------------------	------------

ANEXOS.....	109
--------------------	------------

Capítulo 1 – Introdução

Em 1895, as histórias em quadrinhos surgiram como meio de comunicação de massa, como reflexo do período pelo qual a humanidade passava no final do século XIX. Observando, porém, as características que compõem uma narrativa em quadrinhos, percebe-se que tal estrutura já existia muitos séculos antes, sempre adequando-se aos novos contextos em que eram veiculadas.

De forma semelhante, a indústria editorial de histórias em quadrinhos que ganhou vida a partir da virada para o século XX igualmente sofreu grandes variações ao longo de sua existência mediante a realidade social que o mundo passava a apresentar.

Da perseguição ensandecida como possível veículo de deturpação da mente dos jovens até o reconhecimento esporádico enquanto ferramenta de expressão e forma de arte, a história em quadrinhos como meio de comunicação experimentou grandes mudanças ao longo do século XX, onde se transformou em um elemento constante nas grandes metrópoles, fosse exposto em bancas de jornal ou então na mão de leitores nos transportes públicos das cidades. Porém, o meio não deixou de se adaptar aos novos tempos, e com a chegada do século XXI e a adesão das novas tecnologias como veículos para a comunicação social, a indústria de quadrinhos novamente reagiu, apresentando aos seus muitos leitores uma nova gama de possibilidades para uma versão eletrônica do conteúdo produzido na narrativa de arte sequencial. O objetivo, portanto, deste trabalho impera em apresentar de forma clara as nuances e adaptações realizadas pelas histórias em quadrinhos, enquanto meio de comunicação, como reflexo do período de tempo em que foram confeccionadas.

Para analisar o novo panorama do quadrinho digital emergente, é impossível deixar de fazer uma análise da contínua reestruturação desse veículo de comunicação ao longo de sua longa existência. Para tanto, abrangerei, no primeiro capítulo, o período referente ao século em que as histórias em quadrinhos se qualificaram como meio de comunicação de massa, o século XIX, até o final da Segunda Guerra Mundial, que representou um grande momento para a indústria por conta da alta procura que as revistas em quadrinhos vivenciavam neste período.

No segundo capítulo, apresentarei o período que consiste desde o declínio nas vendas das revistas em quadrinhos no pós-Guerra e a alta perseguição por parte dos grupos de moralistas e anticomunistas, até o final do século XX, quando, à beira da virada para o novo milênio, as editoras passaram por uma grande crise financeira e criativa.

O terceiro capítulo, entretanto, já começará a abordar questões relativas ao momento pelo qual passamos no presente, com um panorama da primeira década do século XXI e os aspectos mercadológicos atrelados a ela que mais tiveram destaque dentro da indústria de histórias em quadrinhos.

Por fim, no quarto capítulo, apresentarei uma perspectiva dos efeitos da tecnologia na produção de histórias em quadrinhos de forma mais incisiva, dando destaque ao caso da empresa Madefire e sua nova versão para o modelo digital da arte sequencial.

Capítulo 2 – Uma Narrativa Gráfica Social

2.1 – Uma Era de Revoluções Industriais e Sociais: Um Panorama do Século XIX

Quando observamos a Europa ao longo do Século XIX, é fácil notar que esta passava por um período bastante complicado, devido aos muitos movimentos sociopolíticos que aconteciam nos países que a compunham, gerando, dessa forma, mudanças na estrutura com que as sociedades se organizavam. A Revolução Francesa, que se desenrolara entre 5 de maio de 1789 e 9 de novembro de 1799, começava, então, a repercutir nos demais países europeus, acabando com o caráter absolutista dos governos e gerando movimentos populares de grande importância para a constituição de nações antes inexistentes, como a Alemanha, em 1871, dentre outras sociedades que se mobilizaram no que foi denominado como “Primavera dos Povos”, termo que veio a caracterizar os movimentos populares europeus contra governos autocráticos e economias decadentes entre os anos de 1848 e 1849.

Não era, porém, apenas no continente europeu que se desenrolava eventos dessa natureza. Inspirados pelo liberalismo francês e os reflexos deste na independência das 13 colônias dos Estados Unidos, em 1789, colônias na África, como a Libéria (1847), e na América do Sul, como Uruguai (1825-1828), Argentina (1816-1863), Chile (1818) e Brasil (1822), passaram por um grande processo de conflitos e discussão acerca de sua liberdade, culminando na perda do domínio sobre estas colônias, gradativamente.

Com uma agravada crise política e a perda das economias referentes ao colonialismo, as grandes potências europeias precisaram se adequar à sua nova realidade, o que, por fim, veio a gerar e estimular ainda mais a Revolução Industrial, ocorrida primeiramente na Inglaterra, que já vinha passando por um processo de evolução de suas metrópoles ainda no Século XVIII e que foi consolidando-se na primeira década do Século XIX para ser, então, adotada pela Bélgica e pela França, a partir de 1830.

Com isso, ao longo dos cem anos seguintes, a sociedade passou por grandes mudanças em sua estrutura, indo além do campo tecnológico referente ao cenário industrial urbano, para afetar também toda a vida das pessoas e suas compreensões particulares acerca de si mesmas. Com as mudanças implementadas no cenário social, a

partir da introdução, por exemplo, do sistema de transporte público ferroviário, que deu maior suporte à população rural que ia trabalhar nas grandes fábricas das metrópoles, noções antes universais como as de espaço começaram a passar por mudanças consideráveis. Na verdade, a sociedade inteira passava por um período de suma importância na sua constituição, uma vez que a Idade Moderna começava a se consolidar. Um fator que contribuiu de forma estrutural para que tais mudanças ocorressem foi o crescente número de meios de interação social, criados e recriados, nesta época. Autores como o francês Julio Verne e o britânico H. G. Wells apresentaram, na literatura, as possibilidades que a ciência promovia ao futuro, com os avanços gerados pela Revolução Industrial, a qual também era responsável pela reconceituação de outra das noções consideradas até então, universais – o tempo, que passou a girar em torno do ritmo de produção de bens de consumo nas linhas de produção industrial. Enquanto isso, a inglesa Jane Austen utilizou dessa mesma mídia para apresentar o novo papel das mulheres diante do paradigma da sociedade patriarcal, e outros autores, como o americano Edgar Allan Poe e o britânico Sir Arthur Conan Doyle, através da análise forense realizada por seus personagens, apresentaram os avanços da biomedicina e das técnicas de análise unidas ao cenário da matemática estatística pura.

Consumidos de forma casual, em geral, através de folhetins vendidos nas estações de trem, as obras desses autores ganharam cunho de obra de massa, conforme pode ser observado na compreensão do termo, segundo o professor de sociologia na Universidade de Cambridge, John B. Thompson, que conceitua estes como o resultado da produção de mensagens por um pequeno grupo de indivíduos que são, posteriormente, consumidas por outros tantos grupos de indivíduos, em circunstâncias espaciais e temporais diferentes daquelas onde a mensagem foi originalmente constituída (THOMPSON, 1995).

Ao mesmo tempo, desenvolvia-se a técnica da fotografia, por profissionais como os franceses Louis Daguerre e Nicéphore Niépce, em 1829, que aprimoraram conceitos anteriores sobre a refração da luz e a captura de imagens por uma lente, feitos pelos italianos Girolamo Cardano (1550) e Angelo Sala (1607), o alemão Johann Schulze (1727), e os britânicos Sir Humphrey Davy e Thomas Wedgwood (1802). Começava,

então, uma discussão profunda sobre as relações entre a arte e o cotidiano, uma vez que as imagens fotográficas começavam a substituir gradativamente a pintura a óleo, que precisou se repaginar para adaptar-se às novas demandas da sociedade.

Dessa forma, é possível observar que, mediante as muitas mudanças ocorridas no Século XIX, novas ferramentas se tornaram disponíveis aos grupos comunicadores, que passaram a utilizar desses novos formatos para expandir e propagar suas mensagens. Assim poderia se caracterizar, por exemplo, os trabalhos dos precursores das histórias em quadrinhos, o suíço Rodolphe Töpffer (1837), o francês Gustave Doré (1854), o alemão Wilhelm Busch (1865) e o ítalo-brasileiro Ângelo Agostini (1869). Além destes, vale destacar os trabalhos dos também precursores do cinema, cuja essência se encontra na sequência da imagem em movimento, como o britânico William Henry Fox-Talbot, que lançou o primeiro livro sobre a fotografia, em 1844, chamado *“The Pencil of Nature”*, e que auxiliou grandemente na produção das imagens positivas e negativas durante o processo fotográfico usando nitrato e cloreto de prata, e os americanos Eadweard Muybridge, que foi um dos primeiros a estudar a sensação de movimento observada na passagem rápida entre imagens estáticas, por volta de 1878, e Thomas Edison, responsável pela produção do cinescópio, instrumento precursor que apresentava a dialética dos filmes num esquema de rotação rápida de imagens paradas que davam a impressão de movimento (BENJAMIN, 1936).

Mediante essa vasta produção e grandes investimentos na constituição de formatos novos para se transmitir uma mensagem é que, no mesmo ano, em 1895, surgem de forma oficial como meios de comunicação de massa, o cinema, pelas mãos dos irmãos franceses Auguste e Louis Lumière em sua produção *“O Trem”*, e as histórias em quadrinhos, pelo traço do americano Richard Outcault, na tira de jornal diária *“Down Hogan’s Alley”*, publicada no jornal New York World em 17 de fevereiro daquele ano.

2.2 – Uma Arte Sequencial em Ascensão – Versões e Visões

Daquele momento em diante, as tiras de quadrinhos passariam a estar presentes nas edições dominicais dos jornais de principal circulação nos Estados Unidos e,

posteriormente, no mundo todo. Entretanto, é necessário haver uma caracterização detalhada acerca do que se convém chamar aqui de histórias em quadrinhos.

O quadrinista Scott McCloud viria a analisar formalmente essa questão em 1993, a fim de encontrar uma definição mais próxima do verdadeiro sentido comunicacional dos quadrinhos. Em sua obra *“Desvendando os Quadrinhos”*, ele observa de forma atenta as raízes do meio, muito anteriores ao Século XIX, passando pelo manuscrito em imagem descoberto pelo historiador e arqueólogo mexicano Alfonso Caso, que contava histórias dos povos pré-colombianos na América, o Bayeux Tapestry, peça de tapeçaria francesa que contava a conquista normanda da Inglaterra, em 1066, os hieróglifos egípcios em geral, até as pinturas rupestres, numa das primeiras formas de comunicação inventadas pela humanidade (McCLOUD, 1993). Partindo do princípio originalmente definido pelo também quadrinista Will Eisner, em 1985, que as histórias em quadrinhos se constituem de um princípio similar ao da ilustração e da prosa, em que se empregam uma série de elementos reconhecíveis em sequência para expressar ideias com o intuito de formar uma linguagem particular, a arte sequencial (EISNER, 1985), McCloud expande o termo para poder defini-lo de forma mais minuciosa, chegando à seguinte definição:

“[Histórias em quadrinhos são, em essência,] Imagens pictóricas e outras justapostas em sequência deliberada destinadas a transmitir informações e/ou a produzir uma resposta no espectador.”
(McCLOUD, 1993, p.9).

Por meio dessa conceituação do termo e analisando o que foi dito por Thompson anteriormente, podemos restringir o campo de nossa pesquisa mais precisamente ao conteúdo produzido por uma pequena quantidade de agentes emissores para transmitir alguma mensagem a uma larga quantidade de receptores.

Não é preciso, entretanto, ir muito além dos primeiros anos das histórias em quadrinhos sob esse prisma para observar os reflexos do novo uso social desta. Conforme destaca o site americano BackStory Radio, em matéria da jornalista Rachel Quimby, no dia 6 de dezembro de 2009, os quadrinhos adquiriram uma dimensão avassaladora em seus primeiros anos de publicação nos jornais. O personagem principal da tira do artista Richard Outcault, já mencionado anteriormente, caiu nas graças dos grupos populares que viviam nos bairros de baixa renda nos Estados Unidos e, dessa

forma, seu potencial de influência sobre o público consumidor da época começou a ser explorado de forma oficial ou não. Apelidado de “*Yellow Kid*” por conta de seus trajes amarelos e sua clara descendência asiática, o personagem começou a estampar papéis de bala, endossar marcas específicas de tabaco, dentre muitas outras funções. Entretanto, ele foi uma ferramenta cujos resultados de sua exploração podem ser sentidos até os dias de hoje. Observando a repercussão que as histórias de Outcault provocara no jornal “*New York World*”, o magnata dos meios de comunicação William Randolph Hearst realizou uma ferrenha estratégia para contratar o artista para sua própria publicação, o jornal “*New York Evening Journal*”, a qual obteve sucesso em 1896. O império dos meios de comunicação comandados por Hearst passou a contar com o famoso e caricato personagem de Outcault a partir do suplemento “*American Humorist*”, de apenas oito páginas, que vinha junto com a edição dominical do Journal (WALKER, 2004). O grande papel desempenhado pelo “*Yellow Kid*” na cultura popular americana não se limitou apenas a essa troca, todavia. Apesar da mudança de publicação realizada pelo criador do personagem, o “*New York World*” permaneceu publicando histórias daqueles personagens com o traço de outros desenhistas que ainda estavam na sua redação, ao mesmo tempo em que Outcault fazia seu próprio trabalho no Journal. Essa estratégia utilizada pelos jornais da época, que consistia no uso de todos os recursos que lhes eram possíveis para vender edições de determinado jornal em detrimento de outro, sem se preocupar com a documentação de fatos em si, mas sim com o mero entretenimento das massas, acabou por adquirir uma nomenclatura embasada no personagem que mais esclarecia essa função da época, o “*Yellow Kid*”, dando origem à expressão ‘jornalismo amarelo’ como aquele mais preocupado com o entretenimento barato que com as mudanças sociais.

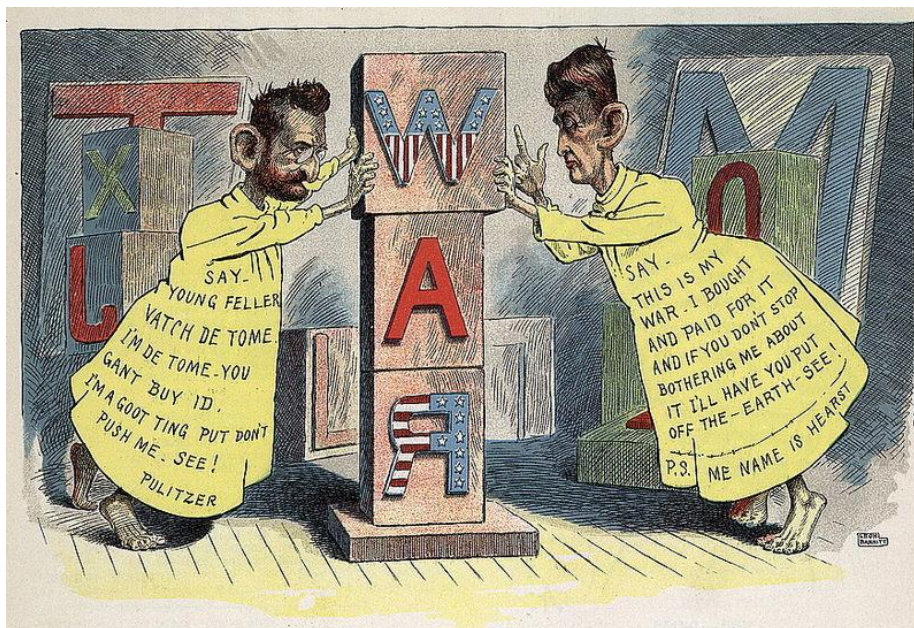


Figura 1 – Em charge, Pulitzer e Hearst brigam pelo domínio da indústria jornalística no começo do século XX, trajados igual ao "Yellow Kid"

Apesar da conotação negativa a que os quadrinhos ficaram associados neste primeiro momento, o sucesso deles com o público crescia cada vez mais, gerando uma nova indústria de entretenimento quase da noite para o dia. Com grandes jornalistas bancando a produção desse suplemento infantil junto aos seus principais produtos, como Joseph Pulitzer e o próprio Hearst, o trabalho dos desenhistas ganhou muita atenção gráfica na época e, mediante o fato destes terem maior liberdade sobre a produção de seu material, sem ter que se limitar às regras do bom gosto e de convenções narrativas (PATATI e BRAGA, 2006), o meio teve bastante fôlego para ampliar seus horizontes.

Havia um modelo tradicional para as histórias em quadrinhos, que consistia numa apresentação básica de determinada sequência de desenhos com elementos comuns, a serem lidos pela ordem cultural vigente do mercado onde a história seria consumida. No ocidente, a leitura ficou fixada da esquerda para a direita, enquanto, no oriente, a ordem era exatamente a oposta. Apesar disso, a leitura em ambos os casos era realizada de cima para baixo da página impressa. Entretanto, isso não necessariamente era um requisito excludente quanto à configuração de determinado material como história em quadrinhos, mas apenas uma fôrma básica onde desenvolver novas ideias para os autores do meio (EISNER, 1985).

Grande exemplo desse uso expandido do conceito de histórias em quadrinhos é o trabalho do desenhista Windsor McCay. Após uma ascensão estratosférica, quando passou por publicações como “*Cincinnati Times-Star*”, “*Commercial Tribune*”, “*Evening Telegram*” e até o “*New York Herald*”, num período de oito anos, entre 1897 e 1905 (GOIDA e KLEINERT, 2011), McCay criou uma das primeiras histórias a ser considerada uma verdadeira obra de arte dos quadrinhos, chamada “*Little Nemo In Slumberland*”. Retratando as aventuras de um jovem garoto e seu ávido e criativo subconsciente durante o período que dormia, o desenhista apresentou ao público uma nova forma de contar histórias, sem haver a necessidade sequer de uma linearidade para as tramas representadas, tornando assim, válida sua comparação com o cineasta francês Georges Méliés, responsável por muitos dos primeiros efeitos de edição na história do cinema como forma de apresentar histórias fantasiosas acerca de sonhos e seres inventados. Essa característica do cineasta e a representação do que os sonhos simbolizam com relação à liberdade criativa são destacadas de forma minuciosa e instigante no documentário “*Dreams: Cinema of The Subconscious*” (2010), tornando-se, assim, estes princípios da criatividade aplicáveis ao trabalho de McCay e outros quadrinistas posteriores tanto quanto ao trabalho de Meliés e tantos outros cineastas. O professor da Universidade Federal Fluminense Moacy Cirne, inclusive, destaca, referindo-se à obra de McCay, Eisner, dentre outros quadrinistas, suas similaridades com os discursos cinematográficos:

“Em McCay como em Griffith, em Eisner como em Welles, em Crepax como em Godard, em Bilal como em Resnais, a imagem potencializa o imaginário nosso de todos os sonhos.” (CYRNE, 2001, p.136)

Todavia, o esforço por revelar o potencial comunicativo dos quadrinhos não se restringiu apenas ao trabalho de McCay. De origem extremamente curiosa, o japonês filho de pais holandeses que se naturalizou americano Gustave Verbeek merece igual destaque. Construindo uma carreira de grande sucesso, tendo trabalho no “*Harper’s American Magazine*” e “*The Saturday Evening Post*” (GOIDA e KLEINERT, 2011), Verbeek foi o grande responsável pela engenhosa tira “*The Upside-Downs*”, que apresentava, ainda em 1905, uma visão completamente diferenciada sobre a compreensão de uma história contada graficamente, onde é possível observar mais de uma narrativa em um mesmo conteúdo, mediante a mudança do ângulo pelo qual esta é

observada. A importância destes elementos nos trabalhos de McCay e Verbeek serão melhor explicadas nos capítulos adiante.

O padrão tradicional, ainda assim, era o mais aplicado na criação de conteúdo para o meio, sendo, dessa forma, o molde para muitas histórias hoje consideradas clássicas e de grande importância para o desenvolvimento cultural que semeou a popularidade aos quadrinhos, como *“Mutt e Jeff”*, de Bud Fisher, em 15 de novembro de 1907 e *“Pafúncio e Marocas”*, de George McManus, em 2 de janeiro de 1913 (WALKER, 2004).

2.3 – A Formação dos Syndicates e o Amadurecimento do Meio

A partir de 1912, o esquema de distribuição das histórias em quadrinhos para os jornais passou por uma grande mudança, com o surgimento do International News Service, criado por Hearst para expandir a rede de publicação das tiras produzidas por seus desenhistas. Dois anos depois, esse empreendimento se tornou o King Features Syndicate, principal distribuidor de arte sequencial para periódicos de todo o território americano, tendo entre suas fileiras de artistas representados grandes nomes do meio, como o já mencionado McManus. O surgimento deste primeiro ‘sindicato’ de artistas acabou por resultar no surgimento de outros, como o Chicago Tribune Daily News Syndicate, o United Feature Syndicate, entre muitos outros, mudando de forma estrutural a organização das publicações de quadrinhos ao redor do mundo.

O mercado editorial brasileiro, igualmente, acabou passando por mudanças. Tendo na revista *“O Tico-Tico”* seu principal veiculador de histórias em quadrinhos desde 11 de outubro de 1905, com o personagem *“Chiquinho”*¹, de Outcault, como grande personagem, a publicação foi afetada pelo surgimento dos syndicates e pela falta de acesso ao material produzido fora do país durante o período da Primeira Guerra Mundial. A partir disso, o personagem de Outcault chegou a ser trabalhado pelas mãos dos próprios artistas da revista brasileira, como Luiz Gomes Loureiro, e passou a apresentar material de cunho nacional, como *“Reco-Reco, Bolão e Azeitona”*, de Luis Sá (SANTOS, 2012).

¹ Muitas vezes conhecido apenas pelo seu nome original, em inglês, *“Buster Brown”*.

Com maior chance de terem seus trabalhos publicados em uma quantidade mais diversificada de jornais, os artistas passaram a produzir histórias de maior apelo social, dando ênfase, por exemplo, ao núcleo familiar burguês, fosse do ponto de vista paternal, como em *“Gasoline Alley”*, de Frank King, ou tomando a posição dos filhos, como em *“Polly and her Pals”*, de Cliff Strett (COUPERIE, DESTEFANIS, FRANÇOIS, HORN, MOLITERNI e TALABOT, 1970).

Por muitos anos, se estendeu esse estilo de conteúdo nos quadrinhos, passando pelas primeiras mudanças apenas em 1924, com as histórias *“A Pequena Órfã”*, de Harold Gray, que introduziram a discussão política nos quadrinhos, e com a tira *“Wash-Tubbs”*, de Roy Crane, que viria a se consolidar posteriormente como o primeiro trabalho do gênero de quadrinhos de aventura.

Conforme destacou Patati em palestra no Centro Cultural da Caixa, no Rio de Janeiro, no começo deste ano, a criação de Crane revelou uma nova etapa da produção de quadrinhos, a partir da pesquisa minuciosa de processos que eram descritos nas tiras protagonizadas pelo capitão César. Seguindo essa nova vertente, surgiram profissionais altamente habilitados, com destaque para o americano Milton Caniff, criador de tiras como *“Terry and the Pirates”* (1934) e *“Steve Canyon”* (1947), e o belga Georges Remi, mais conhecido pela sua alcunha Hergé, criador do personagem *“Tintin”*.



Figura 2 - Exemplo do uso do contraste em preto e branco feito por Milton Caniff

Caniff não apenas revolucionou o meio quando apresentou o esquema de personagens desenhados de forma simplificada – algo incomum para a época, que tinha talentosos desenhistas como Hal Foster e Alex Raymond entre os principais nomes do meio – junto a cenários altamente detalhados, combinação esta que possibilitaria uma

maior identificação por parte do público com as histórias contadas graficamente e que também era muito utilizada nas histórias de Hergé, como também proporcionou uma nova perspectiva mercadológica para os syndicates e autores de quadrinhos de ação, que consistia no uso do contraste do preto com o branco para criar histórias que poderiam vir a ser publicadas em qualquer mídia e formato que desejasse adotá-las (PATATI, 2012).

Os quadrinhos de ação ganharam espaço no mercado com a demanda do público leitor e a concorrência das pulp magazines que disputavam a atenção dos consumidores nas bancas de jornal e pontos de venda oficial. Segundo o roteirista Gerard Jones:

“As revistas [de pulp fiction] eram grossas e baratas, impressas em uma tinta de um tom marrom escuro, com centenas de páginas de ficção em cada número. As capas eram coloridas, pintadas para inspirar terror, excitação, desejo e curiosidade. Os enredos eram cheios de brutamontes, orientais sinistros e namoradas seminuas de gângsteres [...]. Havia revistas de guerras, westerns, histórias passadas no mundo do crime e na selva. Não eram destinadas ao público adulto, mas a maioria visava garotos de 8 a 14 anos – ‘a idade dos heróis’ [...]. Os garotos dos anos 1920 e 1930 tinham sede dessas revistas.” (JONES, 2004, p.51)

A partir do conteúdo apresentado nessas revistas, muitos dos jovens que viriam a dar continuidade à indústria dos quadrinhos nos anos seguintes acabaram por encontrar inspiração para começar suas próprias carreiras e correrem atrás de seus próprios sonhos.

Os editores da época, observando esse efeito nos jovens leitores, tentavam reunir elementos que atraíssem o maior número possível deles para suas publicações particulares, dando vida assim a personagens ligados ao universo noir como o investigador “*Dick Tracy*”, de Chester Gould (1931), e o “*Agente Secreto X-9*”, de Dashiell Hammett e Alex Raymond (1934). Do núcleo persuasivo da sedução que havia nas pulp magazines, surgem personagens como “*Betty Boop*”, de Max Fleischer (1931) e “*Jane*”, de Norman Pett (1932). E, para finalizar, dos brutamontes, surgem figuras de essência inocente por trás do exterior fortificado, como é o caso de “*Ferdinando*”, de Al Capp (1934).

A disputa pela atenção do público, porém, acabava dando vantagem às pulp magazines, que tinham maior espaço para trabalhar seu conteúdo, o que levou a uma

mudança editorial na plataforma de distribuição das histórias em quadrinho, a qual foi muito beneficiada pelas possibilidades gráficas apresentadas por Caniff, conforme destacado anteriormente. Em 1929, a editora Dell Publishing lançou no mercado o que viria a ser o esqueleto de toda uma nova leva de produtos – uma revista inteiramente dedicada aos quadrinhos, com 16 páginas em formato tabloide. Apesar de antes dela já ter havido casos de revistas que reuniam conteúdo previamente publicado nos jornais, apresentados em sequência, essa publicação da Dell possuía tiras originais. Poucos anos depois, em 1933, o grupo editorial Eastern Color Printing lançou duas edições que estabeleceram uma nova vertente para a publicação de histórias em quadrinhos no mercado. As edições “*Funnies on Parade*” e “*Famous Funnies*” acabaram se tornando as primeiras a apresentar conteúdo inédito direto no formato de revista. E, a partir dos esforços do jovem editor Maxwell Charles Gaines, esta última gerou um título mensal a partir do ano seguinte de sua publicação.

Enquanto isso, no Brasil, o jornal carioca “*A Nação*” apresentava seu primeiro suplemento voltado para a arte sequencial. Conforme destaca o professor de comunicação da USP e grande estudioso dos quadrinhos, Álvaro de Moya:

“Em 1934, no dia 14 de março, [...], o jornal carioca ‘*A Nação*’ trazia um encarte em tamanho tabloide, sob o título ‘Suplemento Infantil’, com capa desenhada por J. Carlos. Durante catorze semanas, as pessoas compravam o exemplar, atiravam fora o jornal principal e ficavam, encantados, lendo o encarte. A partir da décima quarta semana, adotando o título ‘Suplemento Juvenil’, tornava-se independente, revolucionando a imprensa brasileira e influenciando de forma impressionante, nas décadas seguintes, o jornalismo, o rádio, as revistas, os livros, as editoras, o cinema, a cultura brasileira e, principalmente, todas as gerações futuras.” (MOYA, 1987, p.104)

Essa nova publicação contou com várias das grandes histórias representadas pelos syndicates a fim de facilitar a composição do suplemento do jornal no seu ritmo diário de publicação sem correr o risco de não possuir conteúdo a ser publicado (JUNIOR, 2004) e acabou influenciando no lançamento de uma outra revista periódica, fora da seção anexa do jornal. A revista semanal “*Mirim*”, que apresentava-se num formato menor e com regularidade de acordo com a demanda, chegando a ser lançadas até três edições em uma única semana até, e conteúdo proveniente também de acordos com os syndicates (SANTOS, 2012).

2.4 – A Grande Guerra e os Super Poderes das Histórias em Quadrinhos

Chegando ao final da década de 1930, que ficou marcada pela crise financeira mundial a partir da quebra da bolsa norte-americana em 1929, o mundo começava a reagir, cada país mediante o contexto que lhe era apresentado. Tendo sido relegada por suas atividades durante a Primeira Guerra Mundial, a Alemanha, por exemplo, procurou uma nova forma de atingir seu patamar máximo, enquanto nação. Depositando suas esperanças no Partido Nazista do jovem representante Adolf Hitler, eleito Reich ao embasar sua campanha na retribuição por conta de todo o desespero passado pela população alemã, esta passou a viver sob o jugo de um dos maiores regimes ditatoriais da história da humanidade. Hitler estabeleceu como prioridade o extermínio de todo e qualquer elemento que representasse ameaça direta ou indireta à sua compreensão de ordem. Usando a figura da família judaica como representação do mal, o Reich e seus partidários promoveram o ódio às diferenças e a intolerância entre etnias e credos. A fim de constituir a população ariana pura, o governante alemão criou campos de concentração ao longo de todo o território alemão e das recém-conquistadas terras da Polônia durante a movimentação das tropas. O mundo passou por um de seus momentos mais sombrios, e as sociedades nunca mais foram as mesmas depois disso.

Do outro lado do oceano, porém, começavam a surgir os reflexos da oposição ao governo de Hitler. A cidade de Nova York passou a receber milhares de imigrantes europeus que fugiam do regime nazista e o governo norte-americano conseguiu assumir uma posição de grande importância em termos econômicos e sociais auxiliando os países que se opunham aos regimes totalitários na Europa. Com a população judaica habitando grande parte dos guetos nova-iorquinos, não é grande surpresa que os membros mais jovens dessas famílias consumissem as revistas em quadrinhos que cresciam no território americano, dando, assim, origem a uma nata brilhante de roteiristas e desenhistas.

Dois dos mais influenciados por essa época foram os responsáveis pela próxima grande fase das histórias em quadrinhos. O jovem roteirista Jerry Siegel vinha de uma família originária da Lituânia que fora procurar oportunidades melhores de vida nos Estados Unidos. Tendo perdido o pai num assalto à loja de trajes masculinos que este possuía, o ainda moço Siegel se fechou no universo da criação ficcional (JONES, 2004)

e passou a colaborar com textos para o jornal semanal estudantil “*The Torch*”, onde desenvolveu suas aspirações românticas e conseguiu a oportunidade de trabalhar numa gráfica (JONES, 2004). Enquanto isso, o também jovem desenhista Joe Shuster, filho de uma família de origens culturais diversas, sofria com a crise financeira do país. Sua família não possuía muitos recursos e a arte do desenho ajudava Shuster a distrair a si mesmo e aos irmãos quanto às dificuldades vividas pelo pai, que era alfaiate autônomo, e a mãe, reclusa dentro de casa. Desde muito novo, trabalhou entregando jornais nos locais onde a sua família morou e se destacou no colégio por seus dotes com o lápis, o que o levou a sonhar com a criação de uma carreira no segmento de arte. Uma vez que sua história em quadrinhos favorita era a já mencionada “*Wash-Tubbs*”, de Roy Crane, o estilo de Shuster carregava recursos característicos desse gênero, com personagens de físico vigoroso e cuja narrativa fluía de forma leve e rítmica (JONES, 2004).

Ainda durante o Ensino Médio, estes dois amantes de quadrinhos vieram a se conhecer através do primo de Siegel, Jerry Fine, que era editor do jornal para o qual Siegel colaborava, e a parceria deles foi algo que durou décadas, aproveitando o momento positivo pelo qual o mercado de quadrinhos passaria nos anos seguintes:

“Enquanto a vida dos garotos girava em torno de quadrinhos, pulps e filmes, havia uma mudança em andamento na indústria de entretenimento classe B. Para começar, os editores e fabricantes estavam ficando mais atentos ao mercado dos jovens. Mesmo que ainda fossem os adultos a fazer a maioria das compras, a voz das crianças começava a ser ouvida nas decisões de família [...] Empreendedores começavam a entender o calor de vender o mesmo personagem para diferentes mídias.” (JONES, 2004, p.97)

Em janeiro de 1933, os dois criaram a primeira versão do personagem que viria a consagrá-los na história das histórias em quadrinhos. “*Reign of the Superman*” foi uma trama focada nas ações de um vilão com apenas alguns dotes mais aprimorados, como leves poderes mentais e a visão sobre-humana, que queria conquistar o mundo, que foi publicada no fanzine “*Science Fiction n°3*”, mas que não conseguiu um retorno de popularidade suficiente para continuar sendo produzida. Observando a reação do público e dos editores, os dois artistas mudaram seu enfoque sobre o personagem, transformando-o num herói com características similares às do protagonista do livro “*John Carter On Mars*”, do consagrado escritor de ficção científica Edgar Rice Burroughs, além de acrescentarem elementos físicos da própria realidade da dupla,

como, por exemplo, a vestimenta similar àquelas dos homens fortes dos circos, com as mais vibrantes cores para se destacá-lo. A criação estava muito bem encaminhada, porém, os dois sofreram com a falta de visão dos responsáveis pelas publicações da década de 1930 por conta da falta de antecedentes que validassem o investimento na obra (LEVITZ, 2010), até que, em novembro de 1937, o editor Vin Sullivan, responsável por publicações da National, como “*Detective Comics*”, e Shelley Mayer, assistente de cartunistas e amigo de Sullivan, decidiram arriscar a sorte grande com o material da dupla Siegel e Shuster, como carro-chefe do novo título da editora, “*Action Comics*”, que seria publicada em 1938 (JONES, 2004).

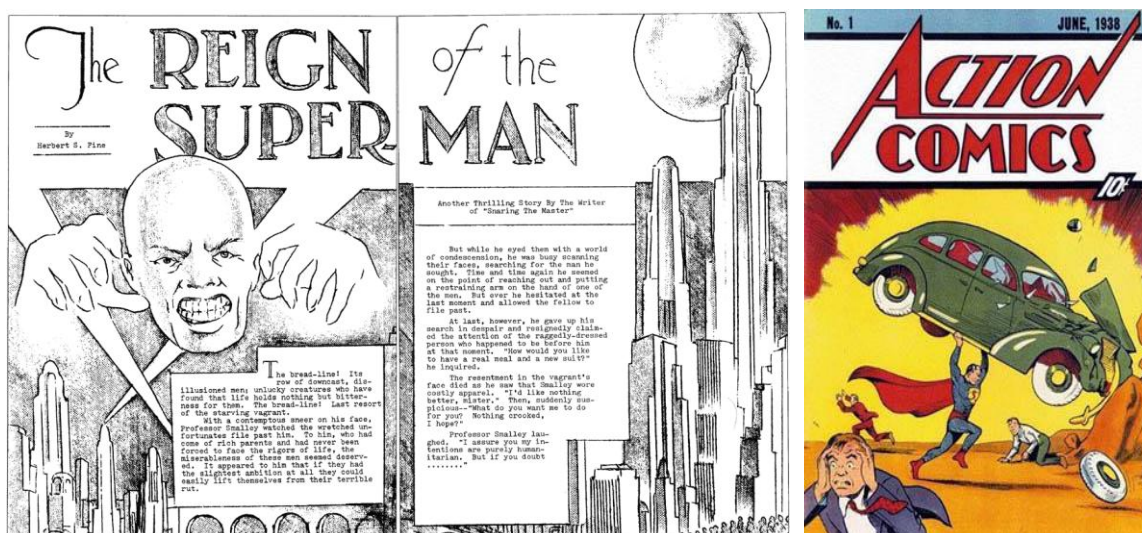


Figura 3 - A primeira versão do "Superman" feita pela dupla Jerry Siegel e Joe Shuster, publicada em um fanzine de 1933, e a versão eternizada do personagem, em sua estreia na primeira edição da revista "Action Comics", da editora DC, em junho de 1938

Carregando em seu peito uma grande letra ‘S’ estampada em cores berrantes, surgia, então, o “*Superman*”, o primeiro super-herói da história dos quadrinhos, e nada mais seria como antes.

Percebendo o potencial da indústria cultural em transmitir mensagens à sociedade, o então presidente dos Estados Unidos, Franklin Delano Roosevelt começou a expandir a área de atuação de seu governo para as demais mídias sócias, passando a estimular o heroísmo a partir dos filmes além de destacar questões sobre a defesa da pátria e da identificação nacional, o que afetou os quadrinhos de todas as editoras norte-

americanas antes mesmo do país entrar propriamente dito na Segunda Guerra Mundial, em dezembro de 1941 (FEIJÓ, 1995).

Com esse pensamento em mente, as editoras começaram a investir cada vez mais em vigilantes da justiça, que combatessem o mal, representado pelos representantes do nazismo ou mesmo pelos criminosos locais. Ou seja:

“O Superman e os outros personagens que surgiram imediatamente na sua esteira foram, de fato, um surto de criatividade mal paga, tosca, que de tal forma aderiu ao imaginário popular que se tornou o subgênero mais longo dos quadrinhos norte-americanos: os quadrinhos de super-heróis.” (PATATI e BRAGA, 2006, p.68)

A edição em que o personagem de Siegel e Shuster fez sua estreia causou um alvoroço tão grande que foi reimpressa uma série de vezes, lançando de vez um novo ícone para a cultura mundial, em especial a dos Estados Unidos, dando início, assim, à chamada ‘Era de Ouro’ dos quadrinhos (LEVITZ, 2010). Nos anos seguintes, surgiram personagens como “*Batman*”, de Bob Kane (1939), “*Flash*”, de Gardner Fox e Harry Lampert (1939), ambos publicados pela National Comics, além do polêmico “*Capitão Marvel*”, de Bill Parker e C. C. Beck (1940).



Figura 4 – Capa de uma das revistas que o “*Capitão Marvel*” figurava, a qual representa muito bem o combate ideológico presente nas histórias em quadrinhos durante a Segunda Guerra Mundial (desenho de C.C. Beck)

A polêmica relacionada ao herói de Parker e Beck se devia à extensa lista de similaridades a que seu personagem, publicado pela editora Fawcett, tinha com o personagem de Siegel e Shuster, ainda que suas origens fossem diferentes. Uma vez que o personagem de Parker e Beck chegara a ultrapassar as vendas de revistas do “*Superman*” (LEVITZ, 2010), mesmo que, na época, ainda não ocorresse de forma mais pública a dedicação de créditos aos autores das histórias em quadrinhos, a editora National Comics se viu em posição de reclamar seus direitos na justiça legal, abrindo um processo contra a Fawcett, que só teria fim em 1953, com a proibição da publicação de revistas do “*Capitão Marvel*”, à época, carro-chefe da editora. Não é grande surpresa, portanto, que, anos depois, esta precisou declarar falência e teve, curiosamente, seu catálogo de títulos e personagens adquiridos pela National, já rebatizada de DC Comics.

Voltando à década de 1940, a popularidade dos quadrinhos cujos protagonistas eram grandes vigilantes do crime só fazia crescer, gerando novas leva de autores que almejavam entrar no campo para ganhar uma parte dos lucros que as editoras estavam obtendo. O editor Charles Gaines, mencionado anteriormente por sua contribuição para a publicação da primeira revista com conteúdo inédito de histórias em quadrinhos, por exemplo, foi de grande importância para a evolução desse gênero de revistas. Segundo Jones:

“Charlie Gaines foi o primeiro a pensar em outras formas de capitalizar o novo sucesso. E logo se pôs a preparar uma revista em quadrinhos chamada “*Superman*”, o primeiro comic book dedicado inteiramente a um personagem surgido em comic books.” (JONES, 2004, p.177)

A febre por esse gênero acabou fazendo surgir outros personagens, como “*Namor*”, de Bill Everett (1939), publicado pela Timely Comics, que posteriormente assumiria o título de sua primeira revista, “*Marvel Comics*”, onde também figurou um novo herói dessa era, o “*Tocha Humana*”, de Carl Burgos (1939). A National não se deu por satisfeita com os seus três personagens e continuou investindo em novas frentes, com o “*Lanterna Verde*”, de Martin Nodell e Gil Kane (1940), “*Mulher Maravilha*”, de William Moulton Marston (1942), e a versão da editora do concorrente subaquático da Timely, “*Aquaman*”, de Mort Weisinger e Paul Norris (1941).

Dois personagens, entretanto, merecem destaque particular aqui. Em março de 1941, em meio à tensão no ar quando os Estados Unidos estavam prestes a entrar oficialmente na Segunda Guerra, os artistas Joe Simon e Jack Kirby criaram o grande símbolo da Timely Comics contra o jugo nazista. Após ser trabalhado pela dupla, eis que surgia, trajado da bandeira americana e protegido pelo escudo da justiça e do american way-of-life, o “*Capitão América*”, marcando seu objetivo de forma clara desde a capa de seu primeiro número, quando nocauteou Hitler numa sala cheia de nazistas (EVANIER, 2008). Até os dias de hoje, o personagem possui grande simbolismo em sua figura e é o modelo para os nacionalistas norte-americanos.

Outro herói que também merece destaque é o investigador mascarado “*Spirit*”, de Will Eisner (1940). Diferente de todos os demais personagens dessa era, o protagonista de Eisner servia quase como um chamariz para assuntos mais sérios aos quais o autor nova-iorquino tinha interesse de tratar. Tendo o herói servido muitas vezes como coadjuvante de sua própria tira semanal, contando com uma narrativa visual única e reverenciada até os dias de hoje. Declaradamente influenciado pelos planos cinematográficos do diretor e ator Orson Welles, em seu filme “*Cidadão Kane*” (1941), Eisner revolucionou a experiência da leitura dos quadrinhos ao utilizar todos os recursos disponíveis ao meio, desde o formato dos quadrinhos à tipologia dos balões e mesmo a sequencialidade das ilustrações.

Em 1942, Eisner foi servir o exército, onde colaborou para a PS Magazine publicada pelo exército dos Estados Unidos, onde ficou até 1945, retornando para trabalhar em seu personagem em 23 de dezembro do mesmo ano. Em sua ausência, o personagem passou por outras mãos de artistas do seu estúdio, mas, após retornar do serviço militar, Eisner conduziu seu personagem até 12 de agosto de 1951 (WALKER, 2004), dando sempre ao público histórias de grande apelo humano, até concentrar sua carreira em seu desejo original de criar histórias focadas nas vidas particulares dos habitantes dos grandes centros urbanos, assunto a que voltaremos a tratar nos próximos capítulos.

Se, durante esse período, ocorria um predomínio cultural dos personagens norte-americanos, conforme destacado por Gubern e Moliterni, em que:

“A vigorosa expansão internacional dos comics norte-americanos alcançou no seu apogeu os mercados europeus, dificultando o desenvolvimento dos nacionais do continente, incapazes de competir com os de proveniência ianque.” (GUBERN e MOLITERNI, 1979, p.105)

Após o término do conflito, os quadrinhos norte-americanos passariam por sérios problemas de popularidade, conforme veremos a seguir.

Capítulo 3 – Crises e Renascimentos

3.1 – Frederic Wertham e o Comics Code Authority

Após o final da Segunda Guerra Mundial, em maio de 1945, o mercado de quadrinhos sofreu um grande baque financeiro. Diferente do que fora previsto, as aventuras protagonizadas por personagens ficcionais em universos de emoção e fantasia não ganharam mais liberdade de expressão com o fim do conflito com os alemães, muito pelo contrário, uma vez que ocorrera a divisão do cenário internacional em dois blocos político-militares depois das resoluções de guerra,: o capitalista, encabeçado pelos Estados Unidos, e o comunista, liderado pela então União Soviética (FEIJÓ, 1995). Observando os efeitos avassaladores das propagandas veiculadas nas mídias alemãs que levaram o nazismo ao controle de Estado, estes dois blocos decidiram não dar brechas para o surgimento de quaisquer outras ideologias que não as de seu próprio interesse.

A partir de então, os governos começaram a se preocupar mais com o caráter dos conteúdos distribuídos às massas, gerando clima de tensão nos produtores de conteúdo social, o qual moveu os editores de revistas em quadrinhos a procurarem uma solução que os protegesse de qualquer repressão por parte dos órgãos públicos, mantendo ainda a sua autonomia intacta. Conforme destaca o jornalista Gonçalo Junior:

“Com receio de que o governo fizesse restrições contra o mercado, em 1947, alguns editores passaram a adotar códigos de autocensura como forma de padronizar o conteúdo das revistas e conseguir alguma credibilidade junto aos pais e educadores.” (JUNIOR, 2004, p.124)

Entretanto, mesmo com essas medidas, as editoras começaram a sofrer com o cenário social que se apresentava no final da década de 1940 e começo da década de 1950. Enquanto a produção de quadrinhos europeus limitou-se à manutenção das investigações de *“Tintin”*, apenas engatinhando com algumas publicações menores na França e na Bélgica, onde surgiram personagens como o cowboy *“Lucky Luke”*, de Maurice de Bévère, mais conhecido pelo seu pseudônimo Morris, e René Goscinny (GUBERN e MOLITERNI, 1979), a produção japonesa se viu abalada pela ocupação de tropas norte-americanas e o caos criado pelo lançamento das duas bombas atômicas em Hiroshima e Nagasaki (FEIJÓ, 1995). O conteúdo produzido nos Estados Unidos

perdeu o âmago do interesse popular e nem mesmo os superpoderes dos coloridos protagonistas se mostrou suficiente para manter uma média de vendas considerada positiva pelos editores.

O resultado dessa perda de fôlego na venda dos quadrinhos de heróis fez com que os editores se voltassem para outros gêneros que pudessem ser explorados nos quadrinhos e que possuísem em si um apelo maior aos novos tempos. Assim, começaram a ganhar destaque histórias temáticas, com os gêneros romance, mistério e terror sendo os grandes destaques.

As pulp magazines já vinham em crise desde 1944, quando começaram a perder mercado para as próprias revistas em quadrinhos e para os livros de bolso, que tiveram seu berço em editoras mais conceituadas e, após a guerra, adquiriram maior diversidade de títulos a partir do investimento de pequenos grupos editoriais, que procuravam um novo meio de render lucros com a venda de material impresso. Um dos membros desses grupos editoriais era o já mencionado Charles Gaines (JONES, 2004), já dono da sua própria editora, a EC Comics.

Tendo tido muito prejuízo na tentativa de produzir conteúdo educativo em quadrinhos para concorrer com as demais publicações da época, em 1947, Charles trocou o nome de sua editora de Educational Comics para Entertainment Comics. Seu faro apurado para lançar inovações no mercado impresso, entretanto, parecia falhar naquele momento de sua carreira, obrigando-o a pegar empréstimos para cobrir as despesas da editora. Charles, porém, não teria tempo para quitar suas dívidas, pois, em agosto de 1947, acabou sendo vítima de um acidente envolvendo sua lancha. Ele foi, então, o primeiro dos fundadores da indústria de quadrinhos a morrer (JONES, 2004). A editora acabou passando para seu filho, Bill Gaines, com 25 anos na época, mas o momento não podia ser pior para a transição desse legado.

As principais mídias de comunicação destacavam o conflito ideológico entre os Estados Unidos e a URSS, dando enfoque às ameaças que o lado oposto do campo de batalha representava. O mundo passava por um período de grande terror, comparável ao panorama observado na primeira década do Século XXI, após os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001. Os heróis de então já não mais pareciam suprir as necessidades

de segurança que a população tinha. Conforme destacam Couperie, Destefanis, François, Horn, Moliterni e Talabot:

“A história em quadrinhos de aventuras conheceu, então, uma baixa de nível quase geral. Os heróis das grandes séries de antes da guerra envelheceram e se aburguesaram, faltando-lhes inspiração e convicção. [Ao mesmo tempo,]² numerosos desenhistas abandonaram nesta época as histórias que haviam criado, [deixando-as]³ muitas vezes caírem em mãos de sucessores indignos.” (COUPERIE, *et al*, 1970, p.95)

O período do pós-guerra foi, portanto, de grande repercussão na indústria de entretenimento. O cinema, ainda que tivesse suas obras mais significativas premiadas por seu espírito encorajador, vivia um momento carregado de “melodramas tórridos, romances tortuosos e crimes sórdidos” (JONES, 2004). O ramo fonográfico experimentava uma fase concentrada nas críticas às condições de vivência social, dando destaque ao gênero musical americano Blues e Jazz. E as histórias em quadrinhos, começaram uma nova jornada atrás do gosto do público.

Conforme destaca o sociólogo Nildo Viana:

“Nenhuma produção cultural é somente consciente e junto com o processo consciente caminha o processo inconsciente. [...] Além do processo inconsciente individual derivado da repressão individual que se manifesta em cada obra individual, também se manifesta o inconsciente coletivo, derivado da repressão coletiva.” (VIANA, 2005, p.61)

Não é, desta forma, grande novidade que os quadrinhos, tal qual os demais meios de comunicação ficcional, refletiram o vislumbre um tanto desanimador e obscuro que as grandes cidades experimentavam. Revistas como a “*Crime Does Not Pay*”, de Lev Gleason, Charlie Biro e Bob Wood, cuja temática girava em torno do universo de investigações, cenários e personagens deturpados das grandes metrópoles, ganharam as bancas, e se tornaram pioneiras no estilo de material predominante nos anos seguintes, quando era possível encontrar mais de quarenta revistas de teor policial ou gângster disponíveis ao grande público (JONES, 2004). Logicamente, a cultura predominante da ética e dos bons valores norte-americanos não deixou este montante passar em branco, organizando uma série de protestos contra a indústria de revistas em

² Complemento do autor.

³ Ídem.

quadrinhos, liderados em sua maioria por pais, clérigos e professores preocupados com as novas gerações de leitores que se formavam neste momento.

É, então, que surge para as mídias voltadas para as grandes massas a figura do psicólogo germano-americano Frederic Wertham, que desempenharia um papel de influência determinante para a indústria de arte sequencial da época. Wertham chegou aos Estados Unidos em 1922, crescendo de forma extremamente rápida dentro do seu campo de atuação na psiquiatria, tornando-se, em 1932, psiquiatra-chefe do hospital Bellevue, na cidade de Nova York, onde começou a realizar análises de jovens que transgrediram as normas vigentes para a sociedade, a partir de supostas influências do conteúdo de revistas em quadrinhos e outros meios de comunicação (JUNIOR, 2004).

A fim de encontrar as raízes da alta taxa de criminalidade da época, Wertham começou a investigar a fundo o material consumido intelectualmente pela sociedade nas bancas de jornal e chegou a conclusões devastadoras quanto àquele conteúdo. Em junho de 1948, ele e seus apoiadores conseguiram o primeiro resultado verdadeiramente palpável para sua caça aos desvirtuadores da juventude americana, que consistiu na formação da Associação Americana das Editoras de Revistas de Quadrinhos, mais conhecida pela sua sigla ACMP (Association of Comics Magazine Publishers), que ficou responsável pela correção do material de consistência mais polêmica dentro das histórias em quadrinhos, o qual foi aderido por catroze dentre as trinta e uma principais editoras do gênero do país. Foi desenvolvido um selo de aprovação para as revistas que passassem na inspeção realizada pela ACMP, o que passou a ser veiculado nos pontos de venda.



Figura 5 - Selo de aprovação criado para o órgão A.C.M.P.

Essa medida, entretanto, se mostrou pouco eficaz para aquele momento, tendo sido posta em prática por apenas um terço das editoras, resultando no descrédito do órgão. A ACMP, porém, ficou marcada como um dos primeiros modelos de código de censura para os quadrinhos e uma das responsáveis pelas primeiras fogueiras públicas

onde eram queimadas revistas que estariam contra os interesses dos membros formadores do grupo, conforme destacou em 20 de novembro a revista Time.

As altas chamas erguidas ao céu pelas páginas queimadas representaram o começo do período mais duro pelo qual a indústria de quadrinhos passou, em toda a sua história, que se consumou ao longo da década que viria a seguir, 1950, cuja repercussão é possível observar até os dias de hoje.

Com a publicação do livro *"Seduction of the Innocent"*, de Wertham, em 1954, agregado à política norte-americana defendida pelo senador Joseph McCarthy desde o começo de seu mandato, os quadrinhos viveram uma tensão de proporções extraordinárias (FEIJÓ, 1995). A fim de proteger o povo americano de ataques ideológicos comunistas e prevenir a deturpação da juventude de então, o governo dos Estados Unidos realizou o que muitos historiadores denominaram de "caça às bruxas" na indústria do entretenimento. Artistas que haviam migrado para o país durante a Segunda Guerra Mundial acabaram sendo obrigados a realocarem-se novamente, famílias perderam seu meio de sustento e muito potencial de criatividade quanto ao uso de novas mídias se perdeu ao longo deste período.

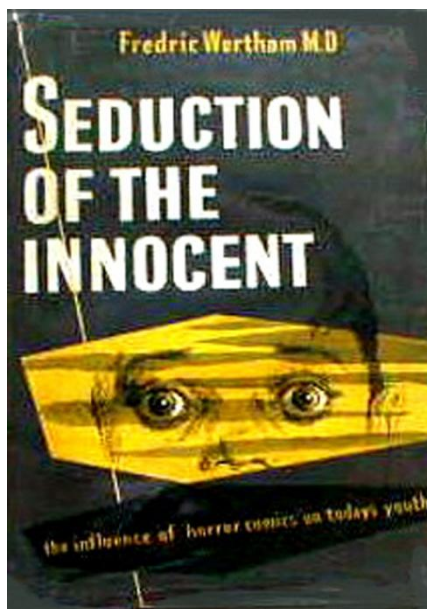


Figura 6 - Capa do livro *"Seduction of the Innocent"*, lançado em 1954, pelo psicólogo Frederic Wertham

O mundo vivia em alerta máximo com o iminente conflito entre o governo norte-americano e a URSS, e era possível ver a preocupação que isso causava em muitas

histórias. Fora do eixo central que a indústria de quadrinhos estava concentrada até então, o artista japonês Osamu Tezuka publicou, em 15 de setembro de 1949, uma de suas primeiras obras que o tornaram expoente dos quadrinhos orientais, “*Metrópolis*”, focada justamente na aura temerosa que a sociedade construía quanto ao uso da ciência para fins militares.

E é neste momento que ocorre a transição já mencionada na direção da editora EC Comics. Bill Gaines herdara uma enorme dívida junto da editora que o pai geria, e precisava urgentemente encontrar meios de ter retorno positivo com a venda de revistas. Foi assim que ele conheceu o jovem desenhista e editor Al Feldstein e o diretor de arte Johnny Craig. Conforme destaca Gerard Jones:

“A geração dos fãs havia chegado, e era só uma década mais jovem que a de Siegel, Shuster e companhia. Porém era uma turma fundamentalmente diferente, na medida em que aceitava o gibi como uma forma estabelecida, mas desejava sacudi-lo, refiná-lo e ampliá-lo para que nele coubessem suas necessidades criativas.” (JONES, 2004, p.315)

Uma vez que, após o incidente de Pearl Harbor, muitos supostos elementos ‘tabus’ se tornaram mais passíveis de serem aceitos nos filmes e nas revistas em quadrinhos, Bill, Feldstein e Craig passaram a explorar uma abordagem apelativa do conteúdo apresentado em suas revistas (KITCHEN e BUHLE, 2009), com belas mulheres de salto alto e saia curta, crimes com requintes de crueldade e personagens de moralidade ambígua, criando toda uma nova leva de histórias de terror e investigação, dentre os quais vale destacar “*Tales from the Crypt*” e “*Crime Suspense Stories*”. Foi em 1949, porém, que a editora ganhou verdadeiramente novo gás dentro do mercado e ao mesmo tempo se tornou alvo de investigação do FBI.

Já sendo um profissional conhecido pelo seu estilo de humor ácido para a época e carregando consigo certas experiências determinantes de vida enquanto esteve alistado, o desenhista Harvey Kurtzman começou a trabalhar para a EC comics, primeiramente em histórias como “*House of Horror*”, para, pouco tempo depois lançar tramas de guerra com uma visão bem menos fantasiosa, em títulos como “*Frontline Combat*” e “*Two-Fisted Tales*”. As Forças Armadas dos Estados Unidos se pronunciaram contra a abordagem de Kurtzman, considerada fortemente subversiva e

antipatriótica, o que motivou o FBI a criar um arquivo para investigar a editora de Bill Gaines (JONES, 2004).

Após algum tempo trabalhando por infindáveis horas para realizar pesquisa para os títulos de ação que editava, Kurtzman começou a se sentir insatisfeito com o sistema de pagamento por produtividade de Bill, que não recompensava desenhistas como ele por seu trabalho de pesquisa. Dessa forma, ele procurou uma outra maneira de receber por material que não exigisse tanto trabalho e acabou justamente encontrando em seu caminho o gênero que atraía o olhar de Bill para ele no primeiro momento que se conheceram: os quadrinhos de humor (KITCHEN e BUHLE, 2009).

Apesar de começar num ritmo um tanto lento em termos de vendas, a revista “MAD” destoou dos demais títulos da EC comics e, a partir de uma abordagem cômica dada ao principal personagem da concorrente National, o “*Superman*”, começou a conquistar o mercado, chegando rapidamente à casa dos 750 mil exemplares vendidos (KITCHEN e BUHLE, 2009). Os fãs da publicação de Kurtzman e Gaines cresceram em número cada vez maior, desempenhando posteriormente um papel de grande importância para a história da reação social às revistas em quadrinhos, conforme destaca Jones:

“Foram [os milhares de garotos espertos, inteligentes e reprimidos das grandes cidades, para os quais Bill Gaines se tornara um herói,] que formaram os primeiros fãs-clubes, que organizaram as primeiras convenções e que abriram os primeiros negócios de envio postal de números atrasados. Foram eles que formaram uma frente ruidosa para denunciar os pudicos e mentirosos que atacavam os quadrinhos.” (JONES, 2004, p.338)



Figura 7 - Capa da primeira edição da revista "MAD"

A indústria, porém, passava por um período extremamente delicado, conforme mostramos anteriormente. Em 1952, o concorrente à candidatura para presidente dos Estados Unidos, Estes Kefauver, assumiu como plataforma de sua campanha o ataque à influência negativa das histórias em quadrinhos entre os jovens, e o livro de Wertham publicado em 1954 acabou provocando uma discussão muito grande acerca do controle que o governo deveria ter sobre os conteúdos veiculados para as grandes massas.

Em consequência disso, o Senado formou subcomitês que se tornaram responsáveis pela averiguação de possíveis ameaças aos interesses do governo norte-americano. Muitos artistas foram convocados para prestar depoimento sobre suas criações que circulavam nas mãos de crianças ao redor do país e o mercado editorial começou a sofrer baixas. O editor Bill Gaines, que, por conta de toda a subversão contida em praticamente todos os títulos de sua editora, fora o principal alvo de críticas de Wertham, não foi chamado pelos membros do subcomitê, encabeçados por Kefauver (JUNIOR, 2004, p.240), decidiu, então, se apresentar de forma voluntária em 21 de abril de 1954. Questionado acerca das imagens chocantes expostas nas suas revistas de crime e de terror, Gaines defendeu seu ponto de vista de que considerava aquele conteúdo de bom gosto, uma vez observado seu público alvo, algo diferente do que os membros do comitê acreditavam (McCLOUD, 2000).

Depois de muita discussão, o Senado acabou não se pronunciando oficialmente, mas a cobertura da mídia e a mobilização por parte dos críticos da influência dos quadrinhos acabaram fazendo o número de vendas das revistas da EC comics despencar assustadoramente. Com medo de que fossem alvo de similar ato de represália, as editoras novamente se reuniram e estabeleceram um novo regimento de normas que as revistas em geral deveriam respeitar e, em agosto de 1954, foi fundada a Associação Americana das Revistas em Quadrinhos, que veio a ser conhecida pela sigla CMAA (Comics Magazine Association of America), que formulou o Comics Code Authority, um selo que trazia em si 41 determinações que as



Figura 8 - Selo do Comics Code Authority

publicações de quadrinhos deveriam seguir para poder ser veiculado pelas distribuidoras no território norte-americano (JUNIOR, 2004).

Conforme destaca Scott McCloud:

“[O Comics Code Authority] impôs as restrições mais severas e recaíram sobre qualquer meio narrativo naquela época. Foram proibidas quaisquer descrições de sangue, sexo ou comportamentos sádicos, [...] desafios à autoridade estabelecida, os detalhes exclusivos de quaisquer crimes, quaisquer insinuações de “relações ilícitas” ou aprovação ao divórcio, quaisquer referências a aflições ou deformidades físicas e quaisquer alusões a “perversões sexuais” de todo tipo. [...] Os negócios se recobriam, mas a arte dos quadrinhos sofrera um duro golpe.” (McCLOUD, 2000, p.87)

O mais interessante, porém, é observar o reflexo dessa medida na estrutura de produção da EC comics. Virtualmente, todos os títulos da editora foram proibidos de serem distribuídos, com a exceção do único que não possuía em seu nome qualquer menção aos assuntos polêmicos e que, curiosamente, era, de fato, o conteúdo mais subversivo de todos: a revista “*MAD*”. A criação de Kurtzman e Gaines permaneceria por anos influenciando novas gerações de autores a expor suas percepções dos acontecimentos na cúpula social e pessoal, dando origem a todo um novo segmento dos quadrinhos, o gênero underground.

No Brasil, a caça aos quadrinhos também se concentrou nesse período entre o final dos anos 1940 e a década de 1950, fomentada pela disputa acirrada entre os magnatas do império midiático Orlando Dantas e Roberto Marinho, quando o primeiro utilizava de artigos contrários à leitura de gibis como forma de atacar indiretamente as publicações da editora de Marinho, a Rio Gráfica Editora, mais conhecida pela sigla RGE. O jornal “*Diário de Notícias*”, pertencente a Dantas, acabou sendo uma ferramenta que se converteu em arma contra a arte sequencial ao longo dessa disputa, ainda que tenha sido originalmente o primeiro jornal no Brasil a publicar tirinhas de forma diária em seu conteúdo.

Marinho e Dantas travaram um duelo quase diário com as histórias em quadrinhos como campo de batalha, gerando discussão na Câmara dos Deputados e na Associação Brasileira de Educadores (ABE). O dono e então editor do jornal “*O Globo*” procurava suporte em autores consagrados do meio, como Gilberto Freyre, mas

continuava batalhando sozinho, uma vez que o russo-brasileiro Adolfo Aizen, o outro grande nome da época no setor de publicação de quadrinhos, estava ocupado construindo a estrutura de sua empresa, a Editora Brasil-América, eternizada pelo nome EBAL (JUNIOR, 2004).

Grupos de professores, clérigos e pais preocupados se reuniram em vários pontos do país, dando início a movimentos organizados contra o consumo de histórias em quadrinhos pelas crianças. Se nos Estados Unidos o bode expiatório para os ataques contra a arte sequencial foi a EC comics, no Brasil, foi o caso da editora paulista La Selva, cujo principal conteúdo veiculado eram revistas de terror e mistério, impressas por um acordo amigável feito entre o presidente da editora, Vito La Selva, e o presidente da editora Abril, o argentino Victor Civita (JUNIOR, 2003).

A editora La Selva foi a primeira do Brasil a publicar uma revista exclusivamente dedicada a histórias de terror (JUNIOR, 2004). Ainda que contasse com uma popularidade enorme junto aos seus leitores, esse gênero, que predominou nas décadas seguintes em termos de vendas, fomentou ainda mais o público contrário ao meio dentro do Brasil. Conforme destaca o jornalista Gonçalo Junior,:

“Os gibis de terror da La Selva, feitos com material importado da EC comics e da Fawcett, não demoraram a provocar apreensão naqueles que não viam os quadrinhos com bons olhos. Por isso, a editora se tornou presença constante nos artigos contra as revistinhas na grande imprensa. Se os gibis de Marinho, Aizen e Chateaubriand provocavam indignação por causa da violência do conteúdo americanizante, os da La Selva se tornaram um escândalo pelas cenas de monstros sanguinários e corpos em decomposição que traziam em seus gibis.” (JUNIOR, 2004, p.174-175)

Em 1954, ano de maior crise da história do mercado de quadrinhos, o meio ganhou um aliado de forma inesperada na figura do deputado federal Aureliano Leite, que, em entrevista para o jornal “*A Gazeta*”, indicou que os ataques aos quadrinhos nada mais eram que uma forma de minar a concorrência com o império midiático que Roberto Marinho começava a construir, sem necessariamente atrelar a ele as duras palavras propriamente ditas, o que já começava a ganhar “dimensões alarmantes” (LEITE, *apud* JUNIOR, 2004).

Apesar desse depoimento e de muitos outros artigos que procuravam destacar os pontos positivos dos quadrinhos, o meio novamente sentiu a pressão popular e, em 1º de julho de 1954, viu no projeto de lei nº105/53, feito pelo deputado estadual Cândido Norberto, do PSB, um aumento estratosférico na taxa de impostos sobre venda e consignação de quaisquer brinquedos que simulavam armas ou instrumentos de agressão, fogos de artifício e histórias em quadrinhos cuja temática entrasse em conflito com a moral e os bons costumes da sociedade de então (JUNIOR, 2004).

O resultado disso foi a busca pela maioria das editoras brasileiras por novos gêneros para serem explorados nos quadrinhos, além da publicação de edições especiais e educativas que procurassem evidenciar o potencial positivo que as histórias em quadrinhos possuíam, a fim de reverter gradualmente a visão crítica que a parcela apavorada da população tinha do meio. Os resultados desse período foram um vazio enorme onde antes muitas histórias encontravam força para crescer, e até os dias de hoje, se sente o peso do retrocesso que esse período provocou para a realidade da arte sequencial no Brasil.

3.2 – Quadrinhos Mundiais e a Reinvenção dos Quadrinhos Americanos

A década de 1960 ofereceu um novo amanhecer para a arte sequencial. Uma vez restringidos os conteúdos publicados nos Estados Unidos, outros mercados de quadrinhos começaram a florescer pelo mundo afora. A Europa, que começava a se erguer novamente depois de conviver com os escombros da Segunda Guerra Mundial, se tornou berço para uma geração extremamente talentosa e criativa de artistas e roteiristas.

“*Tintin*”, de Hergé, já se consagrara e apresentara uma estrutura de produção que muitos autores europeus passaram a se espelhar, começando a publicar seus trabalhos de forma seriada para, após a conclusão do arco da história, ser publicado de forma integral em um fascículo especial. Dessa forma, os artistas criaram uma estrutura de gerenciamento de mercado bastante diferente do modelo norte-americano, que pagava apenas pela quantidade de páginas produzidas em si, deixando, de certa forma, de lado questões relativas ao direito de autoria por parte dos artistas junto das editoras.

O modelo europeu foi, inclusive, a preferência de trabalho de vários profissionais que chegaram a trabalhar para o mercado americano e que agora estavam retornando ao ramo editorial europeu, como é o caso do já mencionado René Goscinny. O roteirista francês, que tivera experiência tanto com o mercado europeu quanto com a realidade norte-americana na década de 1940, quando chegou até a trabalhar em parceria com Harvey Kurtzman, preferiu retornar ao esquema de produção europeia no seu novo trabalho, produzido em parceria com o desenhista francês Albert Uderzo. Dessa forma, o pequeno, porém, sábio e poderoso “*Asterix*”, defensor das terras gaulesas contra as invasões romanas, ganhou as páginas e os corações de leitores ao redor do mundo inteiro a partir de 19 de outubro de 1959.

Ao mesmo tempo, a Europa foi se constituindo um mercado prolífico de grande repercussão para a arte sequencial, com outras obras como “*As Aventuras de Mortadelo e Salaminho*”, do espanhol Francisco Ibáñez, publicado desde 1958, “*Herlock Sholmes*”, da dupla croata Zvonimir Furtinger e Julio Radilovic, publicada desde 1957 na “*Magazine Plavi Vjesnik*”, as sensuais “*Barbarella*”, criada pelo francês Jean-Claude Forest em 1962, e “*Valentina*”, criada pelo italiano Guido Crepax em 1965, o aventureiro “*Corto Maltese*”, criado pelo italiano Hugo Pratt em 1967, e o cowboy “*Tex*”, criado pelo editor italiano Gian Luigi Bonelli em parceria com o artista Aurelio Galleppini, em 1969, ajudando a colocar o continente numa ascensão contínua em termos de reconhecimento das histórias em quadrinhos como forma de expressão e como obra de arte.

O italiano Hugo Pratt, porém, talvez seja o melhor exemplo desta repercussão nova para as histórias em quadrinhos europeias em dimensões globais, uma vez que tanto ele quanto seu personagem nômade possuem uma história envolta em desbravar novas terras e culturas. “*Corto Maltese*” permaneceu em voga por décadas, transformando-se na nova face dos quadrinhos de aventura, abordando assuntos reais que tomavam forma nos mais afastados cantos do mundo, distantes entre si pelas baladas do mar salgado vivenciadas pelo protagonista de Pratt. Conforme destaca o historiador do meio Carlos Patati, o autor italiano responsável pela criação deste marinheiro pluricultural também foi de grande influência dentro do mercado latino-americano de revistas em quadrinhos, influenciando e trabalhando em alguns casos de

maneira direta com autores como os argentinos Hector Oesterheld e Francisco Solano Lopez, autores da clássica e elogiada história “*El Eternauta*”, em 1957 (PATATI e BRAGA, 2006). Pratt experimentou a realidade da produção latina de histórias em quadrinhos e ofereceu em troca os elementos de sua própria cultura editorial. A Argentina ganharia muito com essa troca, vendo o nascimento de histórias como a tira de jornal “*Mafalda*”, do cartunista Joaquín Salvador Lavado, mais conhecido por seu pseudônimo Quino.

Outros países também cresceram muito em termos da produção nacional de quadrinhos neste período, como o Japão, a partir da consolidação do já citado Osamu Tezuka como grande nome do meio no país, a partir da repercussão de suas histórias “*Astro Boy*”, de 1951, “*A Princesa e o Cavaleiro*”, de 1953, e “*Kimba, o Leão Branco*”, publicado entre 1950 e 1954. Observando o interesse do público pelo material produzido dentro do próprio Japão, as editoras começaram a buscar novos profissionais que pudessem gerar conteúdos que os leitores teriam interesse em consumir, como, por exemplo, “*Cyborg 009*”, criado por Ishinomori Shotaro em 1964, e “*Ashita no Joe*”, criado pela dupla Asao Takamori e Tetsuya Chiba em 1967.

No Brasil, ocorria também um movimento similar, que dava maior foco ao quadrinho produzido dentro do país. Artistas como Jayme Cortez, Eugênio Colonesse, Miguel Penteadó e André LeBlanc já inundavam o mercado com histórias produzidas a pedido das editoras brasileiras, em geral, adaptações de clássicos da literatura nacional ou mundial, como as obras “*O Guarani*”, de José de Alencar, “*Jubiabá*”, de Jorge Amado, dentre outras, publicadas em revistas como “*Edição Maravilhosa*” e “*Álbum Gigante*”, da editora EBAL (JUNIOR, 2004). Entretanto, é na década de 1960 que surgem dois grandes profissionais no mercado brasileiro, o paulista Maurício de Sousa e o mineiro Ziraldo Alves Pinto, que viriam a desempenhar papel muito importante no meio.



Figura 9 - Capa da “*Edição Maravilhosa*”, publicada pela editora EBAL com a adaptação para quadrinhos da obra “*O Guarani*”, de José de Alencar, no traço de André LeBlanc (1954)

Enquanto Maurício foi o responsável pela criação gradativa da turma de personagens infantis mais famosa do Brasil, a “*Turma da Mônica*”, cujo primeiro integrante, Franjinha, foi publicado originalmente no jornal “*Folha de São Paulo*”, onde o quadrinista trabalhava como repórter policial (FEIJÓ, 1995, p.62), Ziraldo aproveitou os seres do folclore brasileiro para realizar uma crítica indireta à política da época, publicada na revista “*A Turma do Pererê*”, publicada entre 1960 e 1964 pela editora Globo. Conforme destaca o professor da Escola de Comunicação da UFRJ, Mário Feijó:

“Aqueles eram tempos de radicalismo político em todo o mundo, e no Brasil a situação também era tensa. Questões econômicas, políticas e culturais se misturavam de forma passional, como consequência da luta por uma maior autonomia do nosso país em relação aos interesses norte-americanos. Nacionalizar este ou aquele setor da economia era tentar proteger interesses brasileiros da exploração estrangeira ou da sua concorrência desleal.” (FEIJÓ, 1995, p.63)

A indústria de quadrinhos, portanto, passava por um momento de grandes mudanças, desde sua estrutura até as ideologias que servia de formato para transmitir, e o berço desse meio de comunicação de massa, os Estados Unidos, acabou igualmente sofrendo importantes alterações.

Passando por um período de avanços científicos determinantes, onde a energia nuclear foi assunto de incontáveis debates e argumentações, as histórias em quadrinhos, como os demais meios de comunicação, passaram por uma reformulação fundamental. Tais quais as demais sociedades procuravam por uma maneira de reafirmar sua própria identidade cultural por todas as formas possíveis de expressão, o público leitor norte-americano também sentia a mesma necessidade.

Restringidos pela derrocada que o mercado sofrera na última década, muitos artistas acabaram migrando para outras mídias, ainda que alguns deles tenham sido apenas de maneira temporária, como o caso de Will Eisner, que trabalhou principalmente na confecção de manuais durante o período pós- crise. Os que permaneciam na indústria de quadrinhos, porém, tinham de encontrar novas formas de atrair o público leitor, que não mais parecia maravilhado pelas façanhas de um mero ser cujas habilidades eram acima da capacidade humana. Conforme destaca Jones:

“O Super-Homem se convertera numa demonstração do que acontece quando os sonhos mais delirantes da juventude se tornam fardos diários de cidadãos de 40 anos.” (JONES, 2004, p.348)

O editor da National, Julius Schwartz, em parceria com o artista Gardner Fox, passou a investir por volta de 1959 em histórias que dessem uma repaginada científica nos antigos personagens da editora, como o “*Flash*” e o “*Lanterna Verde*”, além de propor um novo tipo de revista em quadrinhos, que reunisse os maiores heróis da editora em histórias de desafios maiores e aventuras mais pitorescas, formando, desse jeito, a superequipe “*Liga da Justiça*”. O resultado da empreitada se mostrou positivo, porém, foi na quase finada Timely Comics que o gênero outrora superpoderoso conseguiu encontrar nova força para ganhar o mercado.

Gerenciada pelo editor Martin Goodman, a Timely estava com grandes problemas financeiros. Concorrendo com outras editoras que possuíam nas histórias em quadrinhos apenas um de seus meios de sustento, o editor passou a observar o mercado em geral à procura de elementos que atraíssem o leitor para comprar as revistas nas bancas. A fim de aproveitar o sucesso, por exemplo, que a “*Liga da Justiça*” de Schwartz havia conseguido, Goodman pediu ao seu roteirista mais talentoso, Stanley Lieber, mais conhecido por sua alcunha Stan Lee, para criar um grupo de personagens que experimentassem o mesmo tipo de aventuras que os heróis da National. Para evitar quaisquer problemas com Schwartz, que era o responsável pelo serviço de distribuição a que Goodman recorria para sua linha de revistas de monstros e fantasia, os personagens de Stan, diferentemente dos da editora concorrente, não trajariam inicialmente uniformes ou mesmo teriam identidades secretas (JONES, 2004). A partir dessas determinações, a parceria entre Stan e o veterano desenhista Jack Kirby trouxe como consequência o primeiro dos muitos títulos do universo moderno da Marvel, o “*Quarteto Fantástico*”, em novembro de 1961.

Kirby, que já havia trazido para o universo dos quadrinhos histórias de violência e senso de aventura através de seu “*Capitão América*”, passou a apresentar nas revistas do Quarteto uma dose intensa de emoções dentro dos limites impostos pelo Comics Code Authority, ao que o público respondeu de forma extremamente positiva, fazendo Goodman requisitar cada vez mais material original da dupla de artistas. Dessa demanda, surgiram títulos com sucesso avassalador, como o “*Incrível Hulk*” e o

“Poderoso Thor”, ambos em 1962, e o “Homem de Ferro” e “Os Vingadores”, em 1963.

A fim de não sobrecarregar o trabalho de Kirby, Goodman apresentou outros desenhistas com os quais Stan poderia trabalhar, dentre os quais o tímido Steve Ditko, cuja parceria viria a trazer vida para títulos como o “Espetacular Homem-Aranha” e o “Dr. Estranho”, ambos em 1963, pondo, dessa forma, a editora entre as principais no gosto do público.



Figura 10 - Stan Lee e alguns de seus personagens, retratados pelo desenhista John Byrne

Foi, entretanto, em outro título criado por Stan Lee, em parceria com os profissionais Roy Thomas e Jim Steranko, em 1966, que surgiu uma série de histórias que mexeu com as ferramentas que constituem a linguagem dos quadrinhos, influenciando artistas até os dias de hoje. O título “*Nick Fury: Agente da S.H.I.E.L.D.*” apresentava as aventuras de um espião em meio a um universo de agentes de moral ambígua e ambientes cheios de enigmas e armadilhas, elementos estes que foram reforçados de maneira ímpar pelo desenhista, Jim Steranko, conforme destaca Todd Casey, redator da revista mensal norte-americana “*Wizard*”, ao longo de sua matéria sobre a vida do desenhista⁴.

⁴ A matéria de Todd Casey sobre Jim Steranko pode ser conferida nos anexos.

Usando ferramentas de composição visual sem precedentes, Steranko expôs características narrativas que eram possíveis às histórias em quadrinhos que muitos não haviam admirado até então. O desenhista, entretanto, ficou pouco tempo dentro do mercado de quadrinhos, uma vez que vivenciou conflitos com outros profissionais da editora, que já fora renomeada de Marvel Comics. A história de Steranko no meio foi curta, mas sua importância para o gênero de quadrinhos ainda vive, conforme destaca Casey, aludindo a carreira estratosférica de quadrinista de Steranko com suas apresentações em circos como artista de fuga, tal qual o americano Harry Houdini, dadas as medidas proporções:

“Como uma atração de parque de diversões que se torna o centro das atenções durante um breve instante todas as noites, Jim Steranko roubou a cena nos quadrinhos, recebendo os oohs e aahs dos fãs com feitos jamais tentados e truques absolutamente incríveis. E, num segundo, como um artista de fuga que escapa de uma caixa amarrada, ele desapareceu.” (CASEY, 2004, p.18)

A indústria de quadrinhos ganhou novamente o mercado e viveu um período de grandes sucessos, apostando nos leitores que, como afirma o antropólogo Luís Felipe Baêta Neves, acreditavam na possibilidade de se viver uma vida dupla, escondido sob a máscara de uma identidade secreta diante da sociedade, porém, com um cotidiano repleto de poder e senso de realização que teria um herói sacralizado (NEVES, *apud* VIANA, 2005).

Ainda na década de 1960, os Estados Unidos deram início à sua participação na Guerra do Vietnã, ao mesmo tempo em que travavam uma feroz batalha pela igualdade dos direitos civis para todas as raças e credos, gerando uma grande comoção ao redor do país. As consequências desses dois momentos foram o início do movimento hippie, em prol da paz, e os memoráveis discursos de palanque por parte de autoridades como o reverendo Martin Luther King, que viria a ser assassinado em 1968 por conta de seus sonhos de um mundo igual para todos, sobre o tema da discriminação. Para alcançar o público afetado por estas duas facetas da realidade da época, particularmente, foi que Stan Lee, em parceria com o desenhista John Buscema, criou o personagem “*Surfista Prateado*” como um arauto extraterrestre que procurava ajudar as pessoas a coexistirem pacificamente, em 1968, e, em parceria novamente com Jack Kirby, criou o grupo de heróis mutantes “*X-men*”, que viviam o eterno dilema de proteger e garantir a

segurança de um povo que os odiava pelo mero fato de estes terem nascido com uma mutação, em 1963, respectivamente (FEIJÓ, 1995). A Marvel, dessa forma, cativou o público, e se consolidou como uma das grandes editoras do mercado.

3.3 – Graphic Novels, Heróis que morreram de overdose e Cavaleiros das Trevas

Os anos 1970 começaram com uma saraivada de tiros, transmitidos ao vivo para o mundo todo vindos da região oriental onde ficavam o Vietnã do Norte e o Vietnã do Sul. A televisão, que ganhara grande popularidade ao longo da última década agora revelava a quem quisesse ver o terror que é a verdadeira guerra, muito diferente da imagem idealizada que se mantinha antes do advento desse meio de comunicação. Essa transmissão não apenas abriu os olhos do mundo para os danos colaterais de um conflito em larga escala como degradou a credibilidade das figuras públicas responsáveis pelo envio das tropas para zonas de conflito (BRIGGS e BURKE, 2002).

Os Estados Unidos, como uma das nações mais envolvidas no confronto com os vietcongues para ajudar a ideologia capitalista a sobrepujar o núcleo comunista da região, se viram imersos num conflito que provocou não apenas incontáveis baixas nos campos de batalha, como intensas revoltas populares dentro do próprio território norte-americano contra a presença das tropas americanas no Oriente.

A Guerra do Vietnã, entretanto, não era o único problema pelo qual o país passava, uma vez que o crescimento da cultura hippie apresentou um aumento estratosférico de casos de violência ou morte provocados pelo uso de drogas alucinógenas. Ainda que os meios de comunicação procurassem explicar os malefícios que essas substâncias ilícitas causavam no organismo de seus usuários, os efeitos destas se proliferavam pela população como um câncer em fase de crescimento. Um fato curioso, porém, que acontecia ao redor do país era que, dentro das lojas que serviam de ponto de venda para as drogas mais leves, encontravam-se grande parte das revistas de teor alternativo, dentre as quais, aquelas criadas pelos artistas da arte sequencial underground, já intitulada de “comix” para se diferenciar dos demais materiais da indústria tradicional de quadrinhos. Autores como Robert Crumb, Gilbert Shelton e Vaughn Bodé começavam a fazer seus nomes serem mais reconhecidos pelos leitores, aumentando dessa forma sua procura no mercado. Foi, porém, graças à Crumb e ao seu

amigo pessoal, Harvey Peckar, que o gênero underground se destacou de verdade numa análise da história das histórias em quadrinhos.

Com um humor ácido e uma sinceridade crua, esses dois autores apresentaram ao público histórias com as mais diversas nuances do espectro humano a que todos estamos sujeitos dentro da sociedade. Doenças, fatalidades e devaneios sexuais preencheram as páginas das muitas obras produzidas pela dupla, que apesar de reconhecida, nunca gostou muito da atenção direta do público.

O material de Crumb já estava em circulação desde a década anterior, porém, o material produzido por seu amigo Pekar só surgiu mesmo em 1976, com a história "*American Splendor*", onde o autor realizava uma autobiografia crítica transmitindo ao leitor todas as verdades inconvenientes que eram vivenciadas pelas pessoas dentro da sociedade americana, mas que a mídia mainstream não divulgava.

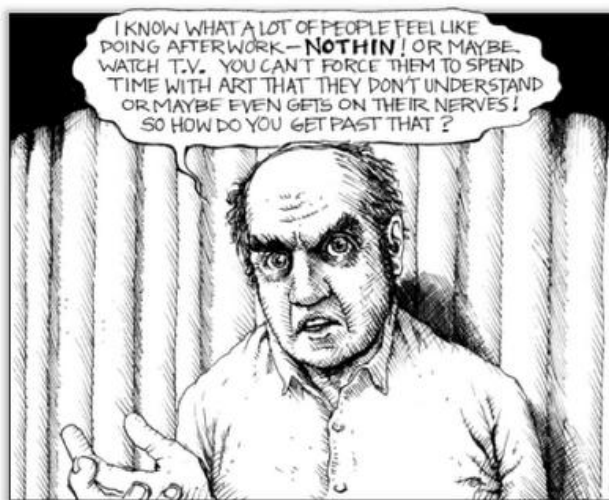


Figura 11 - Cena de "*American Splendor*", onde o protagonista e autor Harvey Pekar se dirige diretamente ao leitor

Servindo de voz para toda uma geração que ainda se sentia sem recursos para se pronunciar, Pekar se tornou um quadrinista muito cultuado no meio independente, chegando até a ser convidado para dar uma entrevista no popular programa televisivo "*David Letterman*". O forte temperamento e o inesgotável ceticismo do autor acabaram tornando a experiência desagradável, infelizmente, e o autor tornou a se concentrar em seu trabalho fora dos holofotes. O meio dos quadrinhos independentes, porém, ganhara uma voz que não cessaria a partir de então, influenciando muitos dos profissionais que hoje trabalham de forma profissional dentro da indústria da arte sequencial, ao que retornaremos mais à frente, no próximo capítulo.

Não foi, entretanto, ao gênero underground que as histórias em quadrinhos se restringiram naquela década. Na Europa, talentosos artistas começavam a ganhar brio suficiente para arriscarem-se em obras autorais pouco atraentes para o consumo de

massa, mas que trariam ao meio uma forma particular de narrativa delicada e extremamente bem trabalhada. A França foi o grande berço desta geração, com artistas como Jean Giraud, que viria a se tornar internacionalmente conhecido por seu pseudônimo artístico, Moebius, o chileno naturalizado Alejandro Jodorowski e o originalmente sérvio Enki Bilal. Da Itália, começava a ganhar força o trabalho de artistas como Milo Manara, Stefano Tamburini e Tanino Liberatore.

As ferramentas de composição da linguagem do meio começavam a ganhar mais importância dentro da própria realidade em que as histórias eram ambientadas, e a ficção começou a dar seus primeiros passos rumo a um crescimento equivalente das histórias com o meio em si. Histórias como as mirabolantes *“Incal”*, *“Trilogia Nikopol”* e *“Ranxerox”* começaram a ganhar o mercado pela crítica para então chegar ao leitor comum. Uma nova versão do mercado começava a ser vislumbrada.

Foi, porém, voltando aos Estados Unidos, que viriam a surgir, em 1977 e 1978, respectivamente, duas obras que elevaram o meio a uma posição de destaque, enfim. *“Maus”*, de Art Spiegelman, e *“Contrato com Deus”*, de Will Eisner, deram início a toda uma gama de publicações, como as primeiras obras do gênero graphic novel, ou novela gráfica, termo cunhado por Eisner como forma de contornar a crítica comum àqueles que produziam histórias em quadrinhos, que eram vistos até então como artistas e escritores de menor qualidade (McCLOUD, 2000).



Figura 12 - Parte da capa de "Maus", de Art Spiegelman

O reconhecimento que estas duas obras tiveram foi de proporções até então inesperadas, garantindo a Spiegelman um prêmio Pulitzer pela narrativa sobre a história de sua família no campo de concentração de Auschwitz durante a Segunda Guerra Mundial, numa realidade de animais antropomorfizados para dar ênfase ao conteúdo da trama, e a Eisner o reconhecimento como um gênio muito à frente de seu tempo, cujas raízes vinham desde a era sensacionalista das revistas de

banca e cujos frutos iriam até os grossos fascículos de alto valor intelectual nas

prateleiras das livrarias. O papel que estes dois desempenharam na geração de então de desenhistas e roteiristas seria de importância fundamental para as décadas seguintes.

Ao mesmo tempo em que os quadrinhos ganhavam novo papel dentro da cultura norte-americana, o Brasil passava por um período extremamente complicado. Sob o duro controle da ditadura militar que dominara a política do país desde o golpe de Estado em 1964, os artistas viviam um período de grande repressão. Similar ao que ocorrera nos Estados Unidos na década de 1950, uma grande perseguição aos supostos agentes subversivos da ordem política predominante acontecia nas terras brasileiras, gerando um clima de grande tensão no meio artístico, independente da popularidade deste. Grandes nomes do teatro, cinema, televisão e quadrinhos passaram a viver com medo de serem acordados no meio da noite por agentes do regime que os considerasse ameaças ao discurso militar. Apesar desse cenário tenebroso que se apresentava, muitos novos artistas começavam a ser influenciados pela geração de quadrinistas como Kurtzman, Crumb e Pekar, fazendo-os explorar uma nova forma de se expressarem, sem, para isso, serem atacados pela ditadura. Conforme destaca o jornalista Marcelo Naranjo:

“É possível observar que o período em que o Brasil esteve sufocado pela ditadura militar (1964-1985) foi o momento da mais criativa explosão de nossos músicos, poetas e artistas gráficos, que, tendo de driblar a censura e vivendo sob o medo constante de serem presos, criadores como Ziraldo, Jaguar e Henfil mostraram que não estavam para brincadeira – em especial, com o imortal jornal semanal O Pasquim, [...], que desafiou tudo e todos. Era o início do momento ímpar para nossas artes gráficas; e foi sob o jugo militar, durante a década de 1970, que os nomes de Angeli, Laerte e Glauco, ainda principiantes, surgiram no cenário nacional, trabalhando em prol das vítimas do governo militar e contra a repressão. Em comum, esses três amigos tinham o talento e o fato de terem atuado, de início, sob a tutela de Henfil.” (NARANJO, 2008, p.27)

A geração de cartunistas brasileiros de então foi altamente rica em conteúdo e diversidade, desempenhando um papel de suma importância para o meio dentro do país. Na década seguinte, o Brasil viria a se libertar do domínio militar, e os críticos políticos voltariam sua acidez para todo e qualquer assunto do cotidiano, sendo publicados em uma quantidade de jornais e revistas impressionante, ainda, porém, permanecendo na cultura de publicação independente dos fanzines que existia dentro do país.

A indústria de quadrinhos ao redor do mundo vivenciou duas vertentes diferentes ao longo da década de 1980, ambas dignas de um devido destaque. O Japão, influenciado pelos contínuos estímulos de Osamu Tezuka na consolidação da animação como forma de expandir a narrativa das histórias em quadrinhos, independente de um sistema de patrocínio tradicional (McCARTHY, 2009), viveu um período de expansão da sua indústria mundo afora como nunca antes. As obras de Tezuka apresentariam ao mundo o potencial da criação animada japonesa, e não muito depois, muitas obras de arte sequencial seguiriam esse trajeto para serem mais conhecidas pelo grande público, tais como “*Captain Tsubasa*”, criado por Yoichi Takahashi em 1981 e que viria a ganhar versão animada em 1994, apenas um ano depois de a Liga Japonesa de Futebol ganhar vida, feito ao qual muitos creditam a influência do trabalho de Takahashi e sua história do jovem atacante Tsubasa dentro das quatro linhas. Foi, porém, com outra obra daquela década que a versão animada ganhou destaque em termos de expandir o público da história em quadrinhos. “*Akira*”, de Katsuhiro Otomo, foi publicado em uma série de revistas a partir de 1982, mas sua versão animada de 1988 acrescentou uma quantidade de carga dramática tão incisiva ao universo do atormentado protagonista Kaneda, que tornou a obra um clássico para o gênero da ficção científica pós-apocalíptica, atrelando à história um caráter de grande renome.

Ao mesmo tempo em que o Oriente começava a testemunhar o crescimento de uma indústria própria que renderia ainda muito dinheiro para as grandes companhias ligadas à criação de histórias em quadrinhos, os Estados Unidos passavam por um período de grandes mudanças. A população sofrera com a perda de credibilidade no poder do Estado enquanto regulador universal da ética e da moralidade desde a participação do país na Guerra do Vietnã e isso começava a refletir dentro dos meios de comunicação da época. O conteúdo ficcional que era focado na obediência aos valores que o governo considerava apropriados, principalmente àqueles ligados a questões de heroísmo, como era o caso das principais revistas das editoras Marvel e DC, esta última antes conhecida como National Periodicals, acabaram sofrendo grandes mudanças em sua essência, uma vez que começavam a perder o interesse do público. Conforme discorre o jornalista Heitor Pitombo:

“Mesmo tratando de temas cada vez mais complexos e evoluindo em termos gráficos a olhos vistos, os quadrinhos comerciais dos Estados

Unidos, ou seja, aqueles que eram vendidos em revistas no popular formato comic book e traziam basicamente aventuras de super-heróis, não conseguiam abandonar um estigma que os acompanhou ao longo de, praticamente, 45 anos de história: eram uma leitura basicamente dirigida às crianças.” (PITOMBO, 2008, p.47)

Já em 1979, o desenhista americano Frank Miller começaria a dar o tom que os quadrinhos teriam a partir de então. Através da revista do herói Demolidor, publicado pela editora Marvel, onde Miller começou como apenas desenhista para depois assumir o cargo de roteirista também, o gênero começava a adquirir uma atmosfera mais sombria e adulta. Não mais concentrada nas meras batalhas entre heróis e vilões, os quadrinhos de Miller começaram a apresentar as nuances que compunham o personagem, fortificando suas raízes e apresentando de uma vez só todo o universo em que o personagem estava inserido. Algo similar acontecia na Inglaterra, a partir do momento em que o roteirista Alan Moore assumiu o título “*Miracleman*”, da editora Quallity Communications, em 1982. Moore, tal qual Miller, começava a introduzir elementos da vida adulta nas histórias até então concentradas no mercado infanto-juvenil. Porém, ele não vinha sozinho. Outro personagem do universo heroico britânico que representou muito o tom cético e obscuro da década de 1980 foi o “*Juiz Dredd*”, apresentado pelos roteiristas John Wagner e Alan Grant e o desenhista espanhol Carlos Ezquerro. O verdadeiro amadurecimento do gênero heroico se revelou uma tendência que muitos outros roteiristas começariam a seguir nos anos seguintes.

Ainda em 1982, Moore publicou uma de suas obras mais controversas, “*V de Vingança*”, em parceria com o desenhista David Lloyd. A história apresentava um protagonista de habilidades extraordinárias que se tornava a voz de uma nação subjugada por um governo ditatorial que controlava uma versão alternativa da Inglaterra. O teor político ali presente jamais havia sido vislumbrado numa história em quadrinhos de ficção com tamanha profundidade, tornando a história um marco para os leitores de revistas em quadrinhos. Foi, entretanto, em 1986 que as duas grandes obras deste período foram lançadas, justamente por estes dois principais expoentes da indústria. Moore, agora em parceria com a editora DC e o desenhista David Gibbons, apresentou toda a dimensão podre que existiria em um mundo onde os super-heróis eram, de fato, reais em “*Watchmen*”. A mudança no curso da história em termos políticos, econômicos e culturais atingiu um patamar único dentro da indústria e tornou os quadrinhos de

heróis, enfim, assunto de debate pela sua riqueza em termos sociológicos. Ao mesmo tempo, Miller fora contratado para repaginar o investigador “Batman”, para a própria DC, criando a história “*Batman: Cavaleiro das Trevas*”. Influenciado profundamente pelo forte drama e pela dinâmica das cenas de ação do mangá “*Lobo Solitário*”, produzido pela dupla japonesa Kazuo Koike e Goseki Kojima na década anterior, Miller mostrou ao leitor um futuro alternativo em que o herói de Gotham City se tornara a última linha de defesa da população marginal contra os interesses do governo, que agora controlava boa parte dos heróis do planeta, Miller atraiu uma nova leva de fãs para o personagem, que se admiraram com o potencial de ação de um dos poucos heróis apenas humano, cujo poder vinha apenas da tecnologia que sua fortuna era capaz de lhe proporcionar. O personagem adquiriu, então, um porte de grande respeito dentro da indústria, o que causou grandes reações dentro do modelo ao qual o meio se dirigia.

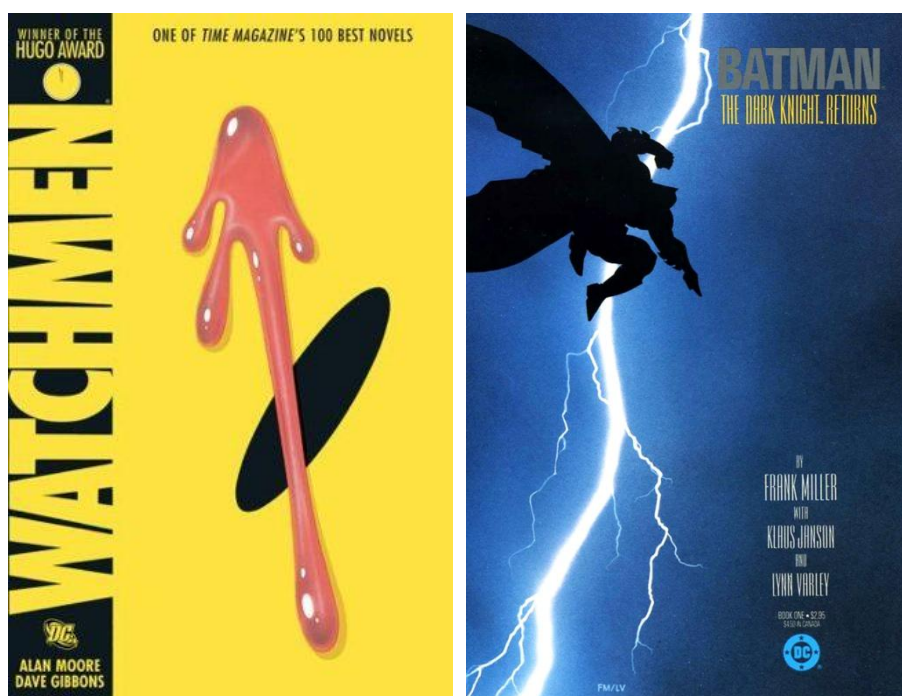


Figura 13 - Capas dos encadernados de “*Watchmen*”, de Alan Moore e David Gibbons, e “*Batman: Cavaleiro das Trevas*”, de Frank Miller

As mudanças, porém, não se mostrariam tão duradouras ou bem embasadas a ponto de manterem uma boa receptividade por conta do público.

3.4 – A Decomposição de Clones e Mitos

A década de 1990 ficou marcada por uma grande baixa do mercado norte-americano de histórias em quadrinhos de super-heróis, porém, foi uma década de

importância ímpar para o momento atual que vivem outros gêneros do meio. Países como Japão e Inglaterra se consolidaram ao longo desta década e apresentaram ao mundo toda uma nova forma de encarar a arte sequencial.

A ‘revolução inglesa’ que ocorrera ao longo dos anos 1980 refletira em todo o mercado de quadrinhos nos Estados Unidos. Os paradigmas existentes do acompanhamento de protagonistas heroicos deram espaço para uma liberdade de posicionamento, dando uma liberdade ao autor como jamais houvera antes na história do meio. Moore e Miller, os grandes responsáveis por essa transformação, reafirmavam sua posição dentro da estrutura das editoras, abrindo espaço para outros autores de postura pouco convencional, como o britânico Neil Gaiman. Adepto da narrativa poética e fantasiosa, Gaiman trouxe para os quadrinhos toda uma nova realidade ficcional em sua obra máxima, “*Sandman*”, publicada originalmente em 1989. Não mais os personagens eram meros humanos, com suas qualidades e defeitos, mas também poderiam ser manifestações puras das emoções que compõem nossa miríade pessoal. A beleza da compreensão plena da identidade dera espaço para uma nova geração de indivíduos díspares e com complexos problemas de aceitação social.

Essas mudanças foram logo percebidas dentro da miscelânea de publicações realizadas pela indústria durante essa época. Eisner, que se tornara um marco para o meio, além de já ser um pioneiro deste, décadas antes, começou a produzir uma sequência de graphic novels extremamente elogiadas pela crítica e pelo público. “*Ao Coração da Tempestade*”, de 1991, “*Pessoas Invisíveis*”, de 1993 e “*Avenida Dropsie*”, de 1995, foram algumas de obras que se tornaram antológicas neste período, porém, foi no livro “*Narrativas Gráficas*”, de 1996, que Eisner expandiu o estudo e análise das histórias em quadrinhos, enquanto meio de comunicação, que já havia iniciado em 1985, com seu livro “*Quadrinhos e Arte Sequencial*”. Eisner estende seu campo de estudo para os recursos gráficos utilizados pelo meio, que o transformam numa forma de linguagem particular com suas próprias características, as quais exploram conhecimentos comuns a todos os indivíduos que compõem as sociedades do decorrer do século XX. Eisner também destaca um ponto importante estudado pelo professor de sociologia John B. Thompson, sobre a relação criada entre o leitor (receptor) e a mensagem que está se tentando transmitir. Thompson aponta que:

“Ao interpretar as formas simbólicas, os indivíduos as incorporam na própria compreensão que têm de si mesmos e dos outros. Eles as usam como veículos para reflexão e autorreflexão, como base para refletirem sobre si mesmos, os outros e o mundo a que pertencem. [...] Apropriar-se de uma mensagem é apoderar-se de um conteúdo significativo e torná-lo próprio. É assimilar a mensagem e incorporá-la à própria vida – um processo que algumas vezes acontece sem muito esforço, e outras vezes requer deliberada aplicação. É adaptar a mensagem à nossa própria vida e aos contextos e circunstâncias em que a vivemos; contextos e circunstâncias que normalmente são bem diferentes daqueles em que a mensagem foi produzida.” (THOMPSON, 1995, p.45)

Ao mesmo tempo, Eisner destaca que:

“Os artifícios usados para contar uma história ligam o leitor à narrativa. Para o narrador, isso é uma questão de controle. Depois que se consegue chamar a atenção do leitor, não se pode deixá-la escapar. A chave para o controle do leitor está relacionada ao seu interesse e compreensão. Existem alguns poucos temas fundamentais (dos quais há centenas de variações) que podem ser chamados de universais. Entre eles, incluem-se histórias que satisfazem a curiosidade sobre áreas pouco conhecidas da vida, fornecem uma visão do comportamento humano em várias condições, representam fantasias, surpreendem e divertem.” (EISNER, 1996, p.54)

Dessa forma, Eisner acaba por trabalhar as histórias em quadrinhos como um meio de comunicação por si próprio, cujas características reportam-se à questão fundamental de serem produzidas para transmissão de determinada mensagem para leitores que tornarão aqueles discursos particulares a eles por suas compreensões particulares destes.



Figura 14 - Ilustração de Will Eisner utilizada para explicar as origens da narrativa gráfica

Muitas obras publicadas na década de 1990 acabariam por trabalhar essa questão de forma fundamental. O jornalista Joe Sacco é um caso deveras importante disso. A fim de apresentar suas experiências de vida num linguajar jornalístico, porém, explorando as características e potenciais criativos das histórias em quadrinhos, Sacco se tornou uma referência dentro do meio. Sua obra *“Palestina”*, publicada em 1992, expõe o conflito entre palestinos e judeus para os leitores como até então ninguém havia trabalhado. Para manter o interesse do leitor, Sacco oferece uma narrativa pessoal, permitindo ao público absorver o conflito de forma muito mais dramática do que a cobertura televisiva fazia parecer. A fim de denunciar os conflitos ignorados ou menosprezados pelas principais mídias, Sacco transformou sua visita às principais zonas de conflito do planeta em testemunhos gráficos para transpor as barreiras do baixo investimento nos setores de jornalismo tradicional, obtendo grande sucesso na empreitada.

Os dois grandes nomes da década anterior também participaram desse momento da indústria, disponibilizando ao público obras como *“300”*, uma visão crua de Miller sobre o conflito histórico entre gregos e troianos, publicado em formato graphic novel em 1998, *“Sin City”*, também de Miller, sobre pequenos contos policiais de extrema brutalidade, publicados em formato graphic novel seriada a partir de 1993, e *“A Liga Extraordinária”*, criada pelo britânico Moore em parceria com o desenhista igualmente britânico Kevin O’Neill em 1999, que consistia em uma equipe de heróis provenientes da literatura ficcional global produzidas ao longo do século XIX. Diferente dos trabalhos de Miller, a obra de Moore e O’Neill foi publicada em forma seriada pelo selo editorial America’s Best Comics, parte da DC, para, apenas ao final da série, ser lançada em formato graphic novel, esquema este que se tornou padrão depois da publicação da já citada *“Watchmen”*.

O já citado Harvey Pekar foi outro que se tornou destaque na década de 1990, quando relatou em sua história *“Our Cancer Year”*, de 1994, seu cotidiano a partir do momento em que descobriu que possuía um câncer em 1987. Pekar sensibilizou muitos leitores com os depoimentos da resposta de seu organismo aos tratamentos que tinha condições financeiras de manter e a carga pesada que as pessoas ao seu redor tinham de

carregar, sendo completamente sincero, não assumindo qualquer tipo de discurso politicamente correto para isso. Publicada de forma integral pela New York Press, a história teve uma quantidade grande de desenhistas diferentes, que ajudaram Pekar a compor uma das grandes obras do gênero underground. Outra publicação de teor similar foi a autobiografia francesa *“Epilético”*, produzida por Pierre-François Beauchard, mais conhecido por seu pseudônimo David B. em 1996, sobre a experiência que teve cuidando de seu irmão com epilepsia durante sua adolescência.

A década também foi de alta produtividade para a indústria de quadrinhos japoneses, contando com histórias que se tornaram referência para o Japão e que tiveram grande apelo mundo afora, tema o qual trabalharemos de forma mais aprofundada no próximo capítulo. Algumas obras publicadas neste período foram *“Sailor Moon”*, de Naoko Takeuchi, em 1992, *“Blade of the Immortal”*, de Hiroaki Samura, em 1994, *“Neon Genesis Evangelion”*, de Yoshiyuki Sadamoto, em 1995, *“Old Boy”*, da dupla Garon Tsuchiya e Nobuaki Minegishi, em 1996, *“One Piece”*, de Eiichiro Oda, em 1997, *“Vagabond”*, de Takehiko Inoue, em 1998, e *“Naruto”*, de Masashi Kishimoto, em 1999. Independente de sexo, credo, formação e condição financeira, os quadrinhos japoneses ofereciam uma diversidade de grande valia para o mercado consumidor, já antecipando o comércio por nicho que viria a se consolidar no setor comercial a partir da década seguinte.

No Brasil, o estado de São Paulo se consolidou como o principal polo do país na criação de histórias em quadrinhos. O cartunista Laerte Coutinho, que já começara a se destacar na década de 1970 por suas críticas à ditadura, agora aproveitava sua maior liberdade de expressão, através de seus personagens da tira *“Piratas do Tietê”*, publicados em diversos jornais e em formato compilado pela editora Circo Editorial, em 1994. O escritor Lourenço Mutarelli, com sua história *“O Dobro de Cinco”*, publicada pela editora Devir em 1999, com claras influências do trabalho underground de Crumb e Pekar, apresentou a pior faceta que o ser social brasileiro possuía, que era refletido no cotidiano vivido pelo personagem principal de Mutarelli, o detetive particular Diomedes, que foi protagonizar de outras histórias do autor nos anos seguintes. Ao mesmo tempo, como um reflexo do crescimento do mangá enquanto objeto chave na cultura popular das gerações de leitores daquela década, o roteirista Marcelo Cássaro e a

desenhista Érica Awano lançaram a série mensal *“Holy Avenger”*, que teve grande sucesso junto ao público e representou um marco para o quadrinho nacional por atingir a marca de 42 edições mensais publicadas de forma ininterrupta pela editora Trama, depois rebatizada de Talismã.

O gênero, todavia, que gerou mais controvérsia nessa época foi o de super-heróis. Figurando novamente entre as revistas mais procuradas pelo público desde o trabalho de Miller e Moore, as duas grandes responsáveis por esse estilo, Marvel e DC, procuraram aproveitar o máximo possível a boa receptividade para temas e histórias mais densas e complexas psicologicamente. A Marvel lançou histórias como *“Arma X”*, de Barry Windsor-Smith, em 1991, e a consagrada *“Marvels”*, feita pela dupla Kurt Busiek e Alex Ross em 1994, e a DC respondeu à altura, com *“Reino do Amanhã”*, que contou com o mesmo traço altamente realista de Alex Ross, porém, com roteiro de Mark Waid em 1996. A grande polêmica, entretanto, girou em torno de algo que não se restringiu apenas a estas duas grandes editoras. Com o aumento da procura pelo gênero, novas editoras começaram a surgir, a fim de explorar a alta demanda com conteúdos originais e promover, desta forma, novos autores. Várias editoras conseguiram até conquistar espaço e reconhecimento, como a Dark Horse Publishing House, com publicações como *“Hellboy”*, de Mike Mignola em 1994, porém, outras como a Wildstorm acabaram gerando conflitos muito fortes nos bastidores. De olho apenas em lucrar com revistas de aparência atraente para o leitor ocasional, os novos participantes desse mercado acabaram criando uma forma de entretenimento com uma aparência extremamente detalhada e bem acabada, porém, cujo conteúdo era muito questionável e sem grandes recursos de narração. A editora que se tornou símbolo deste período representa muito bem esse conflito, a Image Comics. Fundada em 1992 por sete desenhistas de uma nova geração que apenas começava a se afirmar dentro do mercado – Jim Lee, Marc Silvestri, Seth McFarlane, Rob Liefeld, Whilce Portacio, Erik Larsen, Jim Valentino –, a editora ganhou grande popularidade em um período muito curto de tempo, com histórias como *“Spawn”*, *“Savage Dragon”*, *“WildC.A.T.S.”*, *“Gen13”*, *“Witchblade”* e *“Youngblood”*. Com o tempo, porém, o público se deu conta de que os enredos da maioria dos títulos da editora não possuíam estrutura que suportasse a quantidade de cenas de ação belamente desenhadas, o que acabou afastando muitos leitores do gênero. O estrago, entretanto, já estava feito, uma vez que as duas gigantes

do gênero começaram a se sentir ameaçadas pelo sucesso de vendas da mais nova concorrente e, para conseguir ter o mesmo grau de atenção, partiu para uma estratégia de copiar o esquema em que as histórias eram produzidas pela Image. A Marvel foi a grande prejudicada por essa decisão, chegando a quase declarar falência após uma sequência de arcos muito fracos com os personagens mais renomados da editora, dentre os quais, o grande fracasso ficou com o *“Homem-Aranha”* e sua *“Saga do Clone”*. Para manter suas portas abertas, a editora negociou os direitos de adaptação para outras mídias de muitos de seus heróis com grandes produtoras cinematográficas, fato que viria a ser muito lamentado tempos depois. Os *“X-men”* tiveram seus direitos de reprodução reservados para a FOX, juntamente com o *“Demolidor”*, e o herói aracnídeo, que era a grande herança do melhor momento de Stan Lee dentro da editora, acabou tendo seus direitos reservados para a japonesa Sony. Com o tempo, as editoras conseguiram novamente encontrar o rumo, encarando o novo século como uma nova chance de ganhar o respeito e a admiração dos fãs, como veremos no próximo capítulo.

Capítulo 4 – Um Novo Contexto para um Novo Século

4.1 – Um Novo Século de Histórias para Contar

Com a chegada dos anos 2000, o panorama do convívio social mudou novamente de forma fundamental. As histórias em quadrinhos, outrora frágeis e de relevância apenas secundária, agora adentravam no seu terceiro século de existência e começavam a demonstrar uma dimensão de poder muito grande sobre a vida dos indivíduos que compunham a sociedade. De mera ferramenta para transmitir uma mensagem, o meio se tornava, de fato, a mensagem, porém, de uma forma um tanto diferente do conceito proposto originalmente pelo sociólogo Marshall McLuhan, que, ainda em 1964, percebeu o potencial dos meios de comunicação como extensão do homem. McLuhan percebia a forma como o meio por onde a mensagem seria vinculada acabava influenciando na composição desta em si, sendo, dessa forma, fator determinante para o emissor do conteúdo. A partir do final da década de 1990, porém, a relação entre o meio e a mensagem se tornou um tanto mais profunda que McLuhan estimara. Os meios de comunicação, neste segundo momento, já possuíam em si uma história inerente de grande relevância para a sociedade. Suas características técnicas, temas abordados e repercussão junto aos receptores das mensagens veiculadas em seu ventre agora eram elementos de importância sociológica imprescindível. Diferente do que acontecera durante as crises ideológicas no decorrer do século XX, que temiam o teor transformativo que as mídias poderiam ter junto ao público a partir de seu consumo, os meios de comunicação agora já eram, de fato, instrumentos básicos na estrutura das relações sociais e na composição da identidade do indivíduo social. O vislumbre da escola de comunicação frankfurtiana não mais se encontrava, portanto, apenas no campo do hipotético, mas sim na realidade que o novo milênio trouxe para as sociedades de todo o planeta.

Conforme foi detalhado nos capítulos anteriores, os meios de comunicação evoluíram de maneira gradativa ao longo do século XX, acompanhando de perto os eventos sociais que aconteciam nas metrópoles de maior influência do mundo. Eles, porém, não se restringiram a se adaptarem para as novas sociedades, como se transformaram em ferramentas essenciais para moldar os próprios movimentos que

aconteciam na cúpula cultural pública. Assim, foi composto um ciclo contínuo entre a sociedade e os meios de comunicação que a serviam e que a moldavam.

Um fator, todavia, dentre tantos, se destacou como o grande responsável pela nova realidade social no começo do século XXI, gerando até uma nova busca por uma concepção de identidade pessoal decorrente disso – o advento da tecnologia no cotidiano e a acelerada evolução desta.

Durante a Revolução Industrial, foi realizada uma quantidade de movimentos estruturais que causaram grande mudança na compreensão do ser social em si. A construção das linhas férreas, a identificação por documentos oficiais do Estado e pela região de moradia, e a composição de uma meta a ser atingida em termos de produtividade dentro das fábricas acabaram gerando mudanças em conceitos antes universais, como o espaço e o tempo. Depois deste período, o trabalho de especialistas no campo científico procurou englobar essas mudanças em conceitos que pudessem vir a se tornar os novos padrões universais para a sociedade, porém, o mais perto que chegaram desse objetivo foi na constatação do físico alemão Albert Einstein de que esses dois campos possuem uma natureza relativa e fluida, sendo, então, incoerente restringi-los a uma conceituação final fechada. No advento da tecnologia, que começou a acontecer na segunda metade do século XX, mas cujo ápice foi alcançado durante a primeira década dos anos 2000, esses dois conceitos novamente sofreram grande mudança a partir da interação social nos meios de comunicação.

Existente desde a década de 1960 como ferramenta de segurança para armazenamento de documentos confidenciais norte-americanos durante a Guerra Fria, a internet representava uma maneira segura de compartilhar arquivos entre uma quantidade limitada de indivíduos cujo acesso seria restringido conforme sua posição dentro da hierarquia militar, porém, com o fim do conflito, ela adquiriria um teor mais popular, a partir do trabalho feito pelo programador Tim Berners-Lee, que, em agosto de 1991, criaria os sistemas HTTP e World Wide Web, este último sendo o mundialmente conhecido WWW, além do código HTML para programação de sistemas eletrônicos. A fim de aproveitar o potencial comunicativo da internet, Berners-Lee deu início a um universo do qual ele não poderia ter qualquer compreensão de sua dimensão real, contando com inúmeras ferramentas de navegação, construídas pelas empresas de

maior porte dentro do mercado da informática e os mais diferentes modelos de gestão, tanto em termos de conteúdo quanto em termos econômicos (SIMÕES, 2009). O mundo encarava todo um novo universo que lhe era disponível, apenas aguardando a ação daqueles com conhecimento técnico suficiente para fazer parte da empreitada.

No final dos anos 1990, a parcela da população que tinha acesso à rede global de sites ainda era extremamente restrita, porém, já era possível ver as mudanças que essa mídia traria para o convívio social. Distâncias que impossibilitavam a interação entre diferentes culturas agora nada mais representavam de dificuldade que o clicar de um único botão, e o tempo de resposta igualmente passou por essas mudanças. A televisão já havia começado a criar esse elo entre os pontos mais distantes do globo, porém, é com a internet que a interação entre as diferentes culturas, realmente, ganha uma nova dimensão, gerando uma riqueza de informação como nunca antes na história da humanidade.

Nem todas as grandes empresas, todavia, procuraram entrar no mercado digital de forma tão contundente nesta época e, por um tempo, o conteúdo online ficou restrito àquele que alguns dedicados programadores se disponibilizavam a gerar. A lentidão de acesso e o alto custo de manutenção e de posse do material físico necessário para utilizar a rede ainda eram obstáculos, mas, ainda assim, havia quem batalhasse para fincar sua bandeira nesse novo universo de possibilidades criativas. O mercado de histórias em quadrinhos, tal qual o literário e os das demais mídias, sofreu grandes mudanças, principalmente em termos estruturais a partir deste momento.

A tecnologia, porém, não se restringia apenas ao acesso à rede. Os computadores pessoais começaram a ganhar o ambiente dos escritórios e repartições, permitindo aos profissionais dos mais variados campos trabalhar de maneira mais especializada e original. O jornal “Folha de São Paulo”, onde trabalhavam artistas como Angeli, Laerte e Glauco, foi um exemplo disso. Na metade da década de 1990, os editores do caderno onde eram publicados as tiras diárias dos desenhistas requisitaram que estes entregassem seu material colorido, para se adequar aos novos padrões do jornal. Para conseguir realizar essa nova tarefa de forma eficiente e, dessa forma, finalizar os trabalhos dentro do prazo estipulado, os três tiveram que adquirir computadores para si

e aprender a trabalhar como as novas ferramentas eletrônicas poderiam incrementar seus materiais originais.

De início, essa intervenção na atividade criativa foi recebida com certo receio pela comunidade artística, uma vez que muitos consideravam seus trabalhos manuais algo de grande valor pessoal, que lhes atribuía uma “aura” similar àquela descrita pelo filósofo Walter Benjamin em seu texto sobre a obra de arte anterior aos meios de comunicação de massa. Segundo Benjamin:

“O valor singular da obra de arte <<autêntica>> tem o seu fundamento no ritual em que adquiriu o seu valor de uso original e primeiro. [...] A definição de aura como <<a manifestação única de uma lonjura, por mais próxima que esteja>> mais não representa do que a formulação do valor de culto da obra de arte em categorias de percepção espacial e temporal.” (BENJAMIN, 1936, p.69)

Os artistas sentiram estremecer sua liberdade de criar fora de contornos predeterminados por uma linha de raciocínio central e, portanto, demoraram a perceber as possibilidades de uso da nova tecnologia como elemento a mais para enriquecer seus trabalhos. As editoras, principalmente as americanas, neste momento, entretanto, passaram a empregar cada vez mais as ferramentas eletrônicas como forma de reduzir custos e promover uma aceleração maior no processo total que compõe uma história em quadrinhos, começando pela digitalização das cores nas revistas e pelo letramento dos balões feitos no próprio computador, que antes eram feitos à mão.

Com o tempo, contudo, a desconfiança deu lugar à exploração dos novos campos eletrônicos, e admiradores da arte sequencial que pretendiam entrar no mercado, mas não tinham uma porta de entrada propriamente estabelecida, viram no uso de recursos digitais uma ajuda essencial para dar seus primeiros passos. O paulista Fábio Yabu é um grande exemplo disso. O trabalho feito pelo autor em sua história “*Combo Rangers*” a partir de 1998 atraiu uma enorme gama de leitores e deu a ele um impulso inicial de grande valor dentro do mercado



Figura 15 - Trecho de uma das histórias online dos “*Combo Rangers*”, feita por Fábio Yabu

editorial. A repercussão de seus personagens foi tamanha que eles chegaram até a serem protagonistas de publicações específicas em formato impresso pela editora JBC entre 2000 e 2002, e pela editora Panini entre 2003 e 2004. O autor ganhou grande visibilidade e deu início à sua carreira literária que viria a ser construída nos anos seguintes, até o anúncio oficial no segundo semestre de 2012 de uma nova publicação dos seus personagens originais a partir de um projeto de financiamento colaborativo⁵ em três volumes, a serem apresentados oficialmente ao público a partir da XVI Bienal do Livro da cidade do Rio de Janeiro, em 2013. Ao longo da última década, tal panorama de crescimento de visibilidade se repetiu para vários artistas, transformando a rede em uma peça de importância inquestionável para as novas gerações de quadrinistas, como Arnaldo Branco, Vitor Cafaggi, André Dahmer e Will Leite.

Entretanto, a primeira década do século XXI não se restringiu apenas aos aspirantes a profissionais, mantendo os holofotes nas grandes editoras, cuja referência no mercado se tornara indiscutível. Uma série de fatores reforçou esse aspecto e, inclusive, a representação do meio em si, o que veremos mais detalhadamente ao longo deste capítulo.

4.2 – A Explosão do Quadrinhos Oriental

Conforme foi apresentado no capítulo anterior, a década de 1980 ficou marcada pela evolução exorbitante da animação japonesa, que começou a se transformar em uma grande potência do campo no mundo inteiro. A popularidade desse conteúdo ficcional, entretanto, se alastrou mundo afora com a ajuda principalmente de determinado tipo de agente social que hoje ocupa uma das posições mais importantes dentro de qualquer estrutura de mercado online, mas que, durante o século XX oscilou em termos de consideração por parte dos responsáveis pela distribuição do conteúdo midiático: o fã.

O professor de Ciências Humanas e fundador diretor do programa de Estudos de Mídia Comparada do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), Henry Jenkins, analisou, em 2006, a forma como a animação japonesa ingressou no mercado norteamericano a partir da segunda metade do século XX, e chegou a uma conclusão determinante – a importância que as comunidades universitárias de “consumidores

⁵ Esse conceito será melhor trabalhado mais à frente.

dedicados” tiveram ao longo desse processo. Ao contrário de como a gestão dos meios de comunicação ocidental condenava os fãs que se apropriavam do conteúdo midiático como se fosse algo particular, explorando ferramentas indiretas de utilizar as imagens e características daquele material sem a autorização real dos produtores de mídia, a política administrativa japonesa incentivava a distribuição informal do conteúdo gerado em seu território mundo afora, pensando, em longo prazo, na disseminação daquele material até o ponto de se tornar elemento-chave da cultura popular comum. Conforme Jenkins descreve:

“Com o advento dos videocassetes, os fãs americanos conseguiram dublar os programas dos canais com transmissão em japonês e compartilhá-los com amigos de outras regiões. [...] Fã-clubes americanos surgiram para apoiar o armazenamento e a circulação da animação japonesa. Nos campi das faculdades, organizações de estudantes formaram grandes bibliotecas, com material legal e pirateado, e realizavam exposições destinadas a educar o público sobre os artistas, estilos e gêneros do anime japonês. [...] Os distribuidores japoneses permitiam essas sessões.” (JENKINS, 2006, p.219-220)

E ele complementa:

“As corporações japonesas buscaram cooperar com fã-clubes, subculturas e outras comunidades de consumo, encarando-as como aliados importantes ao desenvolvimento de conteúdos novos e atraentes e na ampliação de mercados. Ao cortejar os fãs, as empresas ajudaram a construir uma “economia ética”, que aliou seus interesses em alcançar um mercado ao desejo dos fãs de ter acesso a mais conteúdo.” (JENKINS, 2006, p.224)

Dessa forma, o esquema de grupo de fãs que tivera origem no compartilhamento das revistas de Kurtzman e Gaines na década de 1950 agora adquiria toda uma nova dimensão, além de ocupar um papel de suma importância na estrutura do mercado midiático internacional.

Na Espanha, por outro lado, a ascensão das histórias em quadrinhos orientais se deu de uma forma mais empresarial. Apesar do processo de adequação cultural dessas revistas ter tido início na década de 1980, com a revista “*El Víbora*”, de Yoshiro Tatsumi, foi apenas na década seguinte que os mangás despontaram tanto no território castelhano quanto no catalão. A revista “*Dragon Ball*”, do japonês Akira Toriyama, representou um marco para esse tipo de publicação na Europa, por conta da bem-sucedida estratégia da editora Planeta-DeAgostini, que recorreu diretamente à editora

japonesa Shueisha, que detinha os direitos originais sobre a obra, a fim de negociar uma parceria para adquirir o conteúdo original e editá-lo dentro da própria Espanha. Até então, todos os mangás publicados no país se restringiam a uma adaptação do material que havia sido publicado nos Estados Unidos pela Viz Graphics, que fazia papel de mediadora e editora do conteúdo oriental. “*Dragon Ball*” representou uma ruptura neste esquema, uma vez que, além de eliminar esse intermediário que eram as empresas americanas, deu maior liberdade editorial para as demais editoras do resto do mundo para trabalhar com os mangás, permitindo, inclusive, a manutenção da ordem original que a leitura oriental possuía, algo que os editores norte-americanos não praticavam (MOLINÉ, 2005).

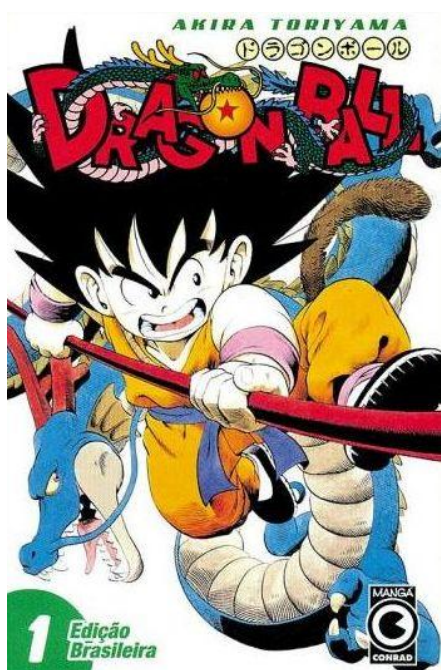


Figura 16 - Capa da primeira edição de “*Dragon Ball*” publicada no Brasil

Processo similar aconteceu no Brasil, quando, a partir dos anos 2000, a editora Conrad negociou também diretamente com a Shueisha pelos direitos de publicação de “*Dragon Ball*” dentro do território brasileiro. Aproveitando para expandir a linha de revistas e tirar proveito do sucesso que as animações orientais tinham dentro do país, a Conrad negociou também os direitos de outras histórias, como “*Cavaleiros do Zodíaco*”, de Masami Kurumada (GUSMAN, 2005). Pouco depois, outra editora, a JBC, iniciou também a publicação de revistas orientais com a estrutura original de publicação, cuja leitura tinha ordem da direita para a esquerda, em casos como “*Samurai X*”, de Nobuhiro Natsuki, “*Sakura Card Captors*” e “*Guerreiras Mágicas de Rayearth*”, ambas do proeminente grupo de quadrinistas femininas CLAMP, e “*Video Girl Ai*”, de Masakazu Katsura. As duas editoras se tornaram sinônimo do crescente mercado de mangás no país.

A origem da popularidade do gênero no Brasil, entretanto, não teve início no projeto da editora Conrad, o qual foi apenas seu gatilho dentro dos meios de comunicação de massa. Durante a década de 1980, o país possuía o maior número de

japoneses e descendentes de japoneses fora do Japão, no mundo inteiro. Munidos de uma cultura conservadora e de grande valorização de suas raízes orientais, as famílias nipo-brasileiras procuravam manter o máximo possível suas tradições vivas em seu cotidiano, fossem no estudo em colégios especiais ou nas atividades desenvolvidas dentro de casa, dentre as quais se destacava a leitura dos mangás como forma de manter a prática e domínio do vocabulário japonês (LUYTEN, 1991).

Com o tempo, o mangá se tornou elemento fundamental da cultura popular dentro do país, e teve uma de suas maiores características exacerbadas pelo ávido mercado editorial: a existência de uma quantidade impressionante de obras destinadas a toda espécie de nicho de mercado possível. Diferente do conteúdo publicado na China, cujas histórias em quadrinhos se restringiam, em grande parte, ao ensino de ideologias e normas da sociedade chinesa, e a Indonésia, que superou as influências dos mais diferentes países em seu território para criar uma narrativa de quadrinhos centrada no folclore das ilhas indonésias, o Japão se tornou a grande referência oriental em termos de indústria de histórias em quadrinhos. Ocupando posição de tamanha importância, os editores do país estimularam muito os autores, chamados de mangakás, mestres da narrativa em arte sequencial japonesa, a procurar cada vez mais opções de pontos de vista para explorar as histórias ficcionais, transformando suas obras, dessa forma, em conteúdo que poderia ter apelo aos mais diversos tipos de público possível. Dessa forma, os quadrinhos japoneses conseguiram conquistar mais da metade do mercado de revistas em quadrinhos na Alemanha e tiveram um crescimento de 350% dentro da França (GRAVETT, 2004).

O Japão, portanto, apresentou uma grande característica que os quadrinhos ocidentais ainda estão engatinhando para conseguir, que é a exploração do mercado de nichos, sabendo explorar de forma produtiva o amplo interesse dos fãs e das editoras em suprir tal sentimento. Ainda há, porém, muito a percorrer nesse caminho.

4.3 – Cinemas, Livrarias e Novos Ambientes para os Quadrinhos

Observando a repercussão da animação japonesa na venda de mercadorias ligadas ao material original que inspirara muitas daquelas produções – as histórias em quadrinhos –, empresas do mundo inteiro começaram a investir em uma expansão de

suas marcas para outras mídias, a fim de reforçar, na percepção do público, os elementos ficcionais que marcavam suas histórias. O licenciamento de imagem ganhava uma nova dimensão dentro das editoras e estúdios a partir desse momento, ainda que o início desse tipo de atividade datasse do final do século XIX.

O personagem “*Yellow Kid*”, criado por Richard Outcault, que foi mencionado no primeiro capítulo, foi o primeiro a ser utilizado como ferramenta midiática fora das histórias que protagonizava. Endossando determinados produtos na época de sua publicação, como marcas de goma de mascar e tabaco, o personagem de Outcault revelou uma veia que correria por toda a história desse meio de comunicação, lado a lado com as evoluções técnicas e narrativas. A primeira atividade de adaptação do conteúdo de uma história em quadrinhos para outra mídia, entretanto, ocorreu apenas em 1911, quando o quadrinista Windsor McCay produziu pequenas animações com desenhos da sua história “*Little Nemo in Slumberland*”.

Os conteúdos adaptados não eram exatamente iguais àqueles veiculados dentro das páginas dominicais ou das revistas que viriam a circular depois, mas a apresentação de elementos comuns, como o universo em que os personagens estavam inseridos e suas motivações e trejeitos, acabavam por facilitar a assimilação por parte do público.

Com a crescente popularidade da arte sequencial, muitos outros personagens fizeram essa ponte para a animação, a fim de serem mais reconhecidos pelo público em geral, como, por exemplo, o “*Gato Félix*”, de Pat Sullivan e Otto Messmer, em 1919. O mesmo caminho, porém, também foi seguido no sentido inverso, com

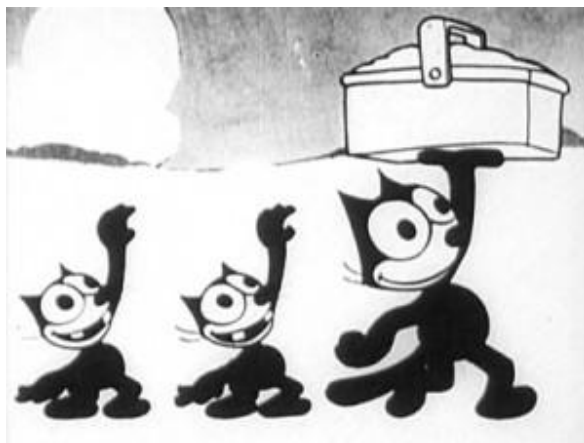


Figura 17 - Trecho de animação do “*Gato Félix*”

personagens da animação ganhando suas próprias revistas em quadrinhos e, dessa forma, ampliando sua presença no mercado, como é o caso do “*Mickey Mouse*”, de Walt Disney, que estreou nas animações em 1928 e, em 13 de janeiro de 1930, ganhou uma tira de jornal feita pelos artistas da King Features Syndicate.

A presença de elementos dos quadrinhos em outras mídias logo se tornaria algo recorrente. Em 1939, o assessor de imprensa Allen Ducovny estimulou a dupla de quadrinistas Jerry Siegel e Joe Shuster a transformar a sua criação e grande protagonista da revista “*Action Comics*”, o “*Superman*”, em uma série de aventuras radiofônicas. Para criar uma chamada que atraísse a atenção do ouvinte, acabou sendo criado o refrão que ficaria imortalizado na mente dos fãs do personagem – “Mais rápido que um avião, mais poderoso que uma locomotiva, invulnerável às balas! Olhem! Lá no céu! É um pássaro? É um avião? Não! É o Super-Homem!” (JONES, 2004). Dessa forma, a adaptação para outras mídias acabou enriquecendo as histórias do personagem e transformando-o no ícone que é hoje.

Após uma série de curtas animados exibidos durante a década de 1940, o personagem viria a ganhar um intérprete de carne e osso pela primeira vez em 1948, para uma série de episódios a serem exibidos nas salas de cinema da época, onde o Superman era representado pelo ator Kirk Alyn. Nas décadas seguintes, o homem de aço da editora DC ganharia vida nas atuações de muitos grandes atores, como George Reeves (1952-1958), Christopher Reeve (1978-1987), Dean Cain (1993-1997), Tom Welling (2001-2011), Brandon Routh (2006) e, mais recentemente, Henry Cavill (2013).

Na esteira do sucesso do personagem, muitos outros heróis ganharam vida nas salas de cinema e, posteriormente, nos aparelhos televisivos, como o “*Capitão Marvel*”, que ganhara vida através do ator Tom Tyler em 1941, e o “*Batman*”, cujas aparições no cinema vêm desde 1943, com o ator Lewis Wilson no papel principal, passando por uma vasta gama de intérpretes como Adam West (1966-1968), Michael Keaton (1989-1992), Val Kilmer (1995), George Clooney (1997) e Christian Bale (2004-2012). Outros personagens, como o “*Mandrake, o Mágico*” e o “*Fantasma*”, ambos criados por Lee Faulk, também ganharam vida a partir dessa época, em 1940 e 1941, respectivamente, dando início a uma indústria de adaptação que continua em voga até os dias de hoje.

Ao longo da segunda metade do século XX, vários países produziram peças audiovisuais baseadas em histórias em quadrinhos, com destaque para a Itália, a Índia e os já citados Japão e Estados Unidos, entretanto, nem sempre as adaptações renderam bons frutos para o mercado de histórias em quadrinhos. No início do século XXI,

porém, com o avanço escalar da tecnologia de produção e efeitos especiais, os grandes estúdios ganharam maiores condições para trazer as aventuras mirabolantes dos grandes personagens de quadrinhos verdadeiramente à vida. Com essa nova etapa tendo início nos anos 2000 e 2002, com as produções dos filmes “*X-men*” e “*Homem-Aranha*”, respectivamente, a procura do público por conteúdos com o mesmo nível de qualidade e referências ao universo das histórias em quadrinhos se tornou algo cada vez maior, gerando um crescimento abundante do gênero dentro da indústria cinematográfica. Como resultado disso, setores preexistentes no caso das editoras Marvel e DC assumiram um novo papel na estrutura do mercado cultural. A Marvel Studios, fundada ainda nos anos 1990 para trabalhar com as animações baseadas nos personagens da editora, e a DC Entertainment, que lidava diretamente com todas as outras formas de licenciamento do vasto universo ficcional da empresa, acabaram se tornando pilares sobre os quais o setor financeiro das editoras passou a depender. Se, na década de 1990, ocorreu uma grave crise que quase faliu as duas gigantes norte-americanas, no começo dos anos 2000, elas se reergueram mais fortes e ambiciosas que nunca. Personagens da Espanha, França, Bélgica e Brasil, posteriormente, acabaram aproveitando o novo momento da indústria para ganharem versões em carne e osso, com grandes atores e atrizes dando-lhes vida.



Figura 18 - Evolução na qualidade das produções cinematográficas envolvendo o “*Capitão América*” ao longo das últimas três décadas

O aumento da presença da arte sequencial nas mídias audiovisuais, entretanto, não foi o único grande destaque vivenciado pela indústria de quadrinhos nessa última década. Enquanto a Europa já vivia um período de valorização das histórias em quadrinhos produzidas dentro de seu território desde a década de 1960, o cenário

editorial no continente americano só viria a melhorar verdadeiramente na década de 1980. A expansão das lojas especializadas na venda de varejo das revistas em quadrinhos reflete bem esse momento. Com a cultura popular alcançando novos níveis de identificação e desejo dentro do público consumidor, como a produção de figuras de ação colecionáveis do filme “*Guerra nas Estrelas*”, lançado nos cinemas em 1977, e as novas editoras que surgiam para competir com as gigantes Marvel e DC pela atenção do consumidor, essas lojas se tornaram pontos de encontro da comunidade nerd, que era composta das mais diversas pessoas que se dedicavam à cultura popular mundial e à organização de “informações inúteis” desse tipo de conteúdo (JONES, 2004).

Essa popularidade do mercado acabou influenciando novos aspirantes a profissionais e criou uma geração de fãs extremamente radicais em termos de conduta e credence popular. Para satisfazer a demanda do crescente público, a editora DC adotou o sistema europeu de compilar determinadas edições de um título mensal em uma edição especial que viria a ser posta à venda nessas lojas especializadas. A primeira história a experimentar essa transição foi a minissérie “*Watchmen*”, de doze edições, curiosamente produzidas por dois autores europeus, conforme destacamos anteriormente, os britânicos Alan Moore e David Gibbons. O resultado foi altamente positivo e o processo acabou se tornando uma prática recorrente no mercado editorial norte-americano nas décadas seguintes.

Desde 1978, conforme foi detalhado no capítulo anterior, as histórias gráficas e textuais produzidas por artistas como Will Eisner e Art Spiegelman passaram a dividir espaço nas prateleiras de bibliotecas e livrarias com os clássicos altamente conceituados da literatura. Entretanto, essa mudança de paradigma dos quadrinhos não foi um processo tão rápido quanto os profissionais e os admiradores do meio poderiam supor, e acabou representando uma contínua batalha pelo reconhecimento de editoras conservadoras e críticos literários ferrenhos. A fim de ter sua profissão respeitada, o próprio Eisner acabou cunhando um termo específico para descrever o que ele fazia em suas histórias: *graphic novel*⁶. O termo teve tanto sucesso que se tornou sinônimo das histórias em quadrinhos produzidas para ser lançadas diretamente em formato de livro ao redor do mundo todo. Os editores que percebiam o potencial do meio como uma

⁶ Termo muitas vezes traduzido para “novela gráfica”.

forma de comunicação de larga escala, acabavam por lutar contra os críticos de forma quase pessoal, similar ao que fora feito anteriormente por profissionais como Adolfo Aizen, Gilberto Freyre e Alfredo Machado no panorama brasileiro de 1940 (JUNIOR, 2004).

O processo acabou sendo gradual, com a profissionalização de antigos leitores das revistas em quadrinhos dentro da própria indústria de arte sequencial, que estavam mais adequados ao mercado que visavam atingir. A década de 1990 e começo dos anos 2000 acabaram sendo o cenário dessa mudança e, conforme havia sido destacado no começo deste capítulo, a disponibilização da tecnologia nas mãos de autores supostamente ‘amadores’, acabou proporcionando ao meio uma ferramenta de criatividade sem igual (JENKINS, 2006). As editoras começaram a atentar para o potencial comercial dessa nova gama de conteúdos gerados nas casas dos autores e passaram a investir cada vez mais na publicação em versão física de parte desse material. As americanas IDW Publishing e Boom! Studios, e as brasileiras Balão Editorial, Zarabatana, Gal Editora, Nemo e Companhia das Letras, que criou um selo apenas para a publicação de histórias em quadrinhos, chamado Quadrinhos na Cia., são apenas alguns exemplos disso.

O Brasil se tornou uma nova potência para os quadrinhos, revelando artistas que ganharam reconhecimento mundial, como os paraibanos Ed Benes Michel Deodato Filho, conhecido por sua alcunha Mike Deodato Jr., os gêmeos paulistanos Fábio Moon e Gabriel Bá, os também paulistas Danilo Beyruth e Ivan Reis, o mineiro Eddy Barrows e o carioca que mora na Espanha, Marcelo Quintanilha. Além disso, a produção de graphic novels dentro do país floresceu de forma exorbitante, com uma grande quantidade de obras sendo publicadas anualmente pelas editoras tanto dentro quanto fora do país. Em vista disso, o próprio sistema governamental brasileiro tem dado seus primeiros passos no investimento do crescimento dessa indústria, com programas como o ProAc do Governo do Estado de São Paulo, que financia a publicação de obras mediante a inscrição por parte dos autores em editais liberados ao público em geral; e as recentes listas do Programa Nacional Biblioteca nas Escolas (PNBE), por parte do Governo Federal. Enquanto o primeiro financiou o lançamento da carreira de vários profissionais que hoje são reconhecidos dentro do meio, o segundo ajudou muito a

promover o conhecimento e a distribuição das histórias em quadrinhos junto às novas gerações de leitores.

Existente desde 2006, o PNBE foi um programa elaborado durante o governo do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso para “democratizar o acesso aos livros e estimular a leitura entre os alunos” (RAMOS, 2012). De início, as histórias em quadrinhos participavam do processo seletivo ainda contando como uma subcategoria da literatura em geral, porém, foi no edital para 2009, que o programa demonstrou o maior passo rumo ao reconhecimento do meio como forma de expressão autônoma, quando o incluiu entre as categorias gerais, algo que não chegou a se repetir no ano seguinte, infelizmente. Até o edital para 2010, o programa adotou 47 obras em quadrinhos, entre adaptações de clássicos literários a materiais originais, produzidos dentro e fora do país (RAMOS, 2012).

As histórias em quadrinhos expandiram sua participação no cotidiano das pessoas ao redor do mundo de maneiras realmente diversas na primeira década do século XXI e, tal qual a indústria literária e a cinematográfica, passou por grandes mudanças no seu campo administrativo, conforme veremos a seguir.

4.4 – Novos Modelos de Interação e Consumo

Com o advento da internet como ferramenta de comunicação global, a sociedade passou por grandes mudanças, como foi destacado no começo deste capítulo, e, com isso, as formas como as relações sociais se davam passaram por grandes e estruturais mudanças no decorrer dos últimos anos. O surgimento das redes sociais e a cultura do compartilhamento de endereços na web com conteúdos midiáticos acabaram mudando completamente o cenário da indústria do entretenimento, que precisou se repaginar para poder oferecer ao público uma forma de identificação eficiente com o conteúdo que elas geravam. Com o mercado de histórias em quadrinhos, não foi diferente.

Partindo da conclusão de que os consumidores tinham o desejo de participar de forma mais efetiva do conteúdo que tanto gostavam, fosse por meio de fãs-clubes, mercadorias colecionáveis ou se colocando no mesmo cargo que os profissionais da indústria só que de forma “amadora” e independente, as grandes empresas procuraram formas de oferecer isso a eles e contar com um retorno de informação que jamais

conseguiriam de outro jeito. Realizar uma pesquisa de mercado com um grupo de teste já não se mostrava algo tão eficiente, mas, divulgando determinada informação e analisando as reações dos navegadores da web e observando o deslocamento dessa informação dentro da rede, oferecia resultados muito mais eficazes. Conforme destaca o professor do Programa de Telecomunicações Interativas da Universidade de Nova York, Clay Shirky, em uma análise sobre o desenvolvimento do servidor Apache, criado pelo programador Brian Behlendorf:

“Ninguém tem todos os talentos necessários para fazer tudo sozinho. [...] Os avanços no Apache (e em todos os grandes projetos de software livre) se baseiam na existência de um grupo colaborativo de pessoas, e a capacidade de recrutar esse grupo e integrar seu trabalho impeliu a predominância do Apache por mais de uma década. O Apache não é apenas não comercial; ele precisa ser não comercial para poder absorver as contribuições de tantas pessoas quanto puder e pelo menor custo possível. Restringir o acesso a empregados pagos ou o uso a consumidores pagantes criaria obstáculos que impediriam o Apache de ser tão resistente, flexível e popular como é agora.” (SHIRKY, 2010, p.106)

Da mesma forma, se deu o desenvolvimento de histórias produzidas para o público da internet. Muitos produtores do setor de entretenimento perceberam que precisariam criar uma maior liberdade de comunicação com seus consumidores para conseguir atingi-los, o que permitiria a produção de um conteúdo de melhor qualidade e de maior apelo ao mercado. Dentro do Brasil, vale destacar dois exemplos neste caso: o grupo do site “*Jovem Nerd*”, em Curitiba, e os estúdios do quadrinista Maurício de Sousa em São Paulo, o MSP.

No primeiro caso, o site “*Jovem Nerd*”, encabeçado pela dupla Alexandre Ottoni e Deivi Pazos, era apenas voltado para o entrosamento entre usuários da rede que possuíam a mesma miríade de interesses, como cinema, histórias em quadrinhos, ficção científica,



Figura 19 - Logo da marca “*Jovem Nerd*”

literatura fantástica, entre outros, seguindo a mesma lógica da definição de ‘nerd’ feita no subtítulo anterior. Com o passar dos anos, visto que o site foi posto no ar em 2002, o

acesso dos usuários passou a crescer em volume muito além de algo que seria meramente um hobby, e o grupo responsável pelo material publicado acabou adaptando a página àquilo que o público procurava, criando uma marca de força extremamente confiável e reconhecível na internet. Dessa forma, começaram a surgir atividades frequentes e estruturalmente bem organizadas para agir e reagir com os usuários do site, tais como o “*Nerdcast*” (2006), o “*NerdOffice*” (2009) e o “*Nerd Player*” (2011), cada um focado em determinado tipo de interação desejada: áudio, vídeo e interação pelos consoles de jogos eletrônicos, respectivamente. A regularidade semanal das publicações desse material e a contínua busca por melhorias e participação junto à comunidade nerd acabaram criando um exemplo de grande sucesso para o uso da rede como ferramenta de trabalho e elevou os dois criadores do site a um patamar de grande autoridade no panorama da internet dentro do Brasil. Percebendo a repercussão que o site adquirira, o grupo de programadores do site decidiu, em 2012, dar o próximo passo em termos da formação de uma comunidade ao criar sua própria rede social, a SkyNerd, que permitia ao usuário criar seu perfil pessoal e interagir diretamente com outros usuários do site, além dos próprios organizadores dele. As utilizações do sistema seriam apenas limitadas pelos usuários da rede, que poderiam utiliza-lo para divulgar seus trabalhos pessoais, fornecendo contatos e conseguindo uma visibilidade que dificilmente teriam de outra maneira, compondo verdadeiramente um sentimento de comunidade entre os participantes.

O outro caso que merece ser observado é o dos estúdios MSP. Formada para auxiliar a produção das histórias em quadrinhos protagonizadas pelos personagens criados por Maurício de Sousa na década de 1960, a fim de saciar a demanda do mercado editorial dentro dos prazos combinados com as editoras, a empresa se tornou uma marca forte dentro do cenário brasileiro na última década pela grande participação dos profissionais dela nas redes sociais como o Twitter e o Facebook. Foi, entretanto, pelas atividades realizadas como prévia dos álbuns da série “*MSP50*”, a partir de 2009, que essa marca alçou voo rumo ao topo do atual mercado editorial de quadrinhos no Brasil. Com o intuito de homenagear Maurício por seus cinquenta anos de carreira na indústria de quadrinhos, o editor Sidney Gusman propôs a publicação de um livro especial que reuniria obras curtas produzidas por cinquenta novos talentos do mercado de arte sequencial brasileira com os personagens pertencentes aos estúdios MSP como

forma de prestigiar o papel que estes tiveram na formação de tantas gerações de brasileiros ao longo das últimas cinco décadas, porém, com o sucesso obtido pela empreitada, novos artistas se prontificaram a participar do projeto, levando Gusman a organizar mais dois volumes de proposta igual ao original. A trilogia “*MSP50*” acabou promovendo toda uma leva de profissionais que a maior parte do mercado consumidor sequer tinha conhecimento da existência, e a estratégia empregada por Gusman para a divulgação dos volumes ficou marcado para sempre na memória dos leitores.

Gusman utilizou seu perfil nas redes sociais para divulgar, nos dois meses anteriores ao lançamento de cada um dos volumes da série, pequenos trechos do material produzido pelos artistas, que só a partir de então eram confirmados como participantes do projeto. O público que acompanhava esses dias de divulgação acabavam por conta própria replicando o material para outros círculos de usuários, que replicavam para outros usuários e assim por diante, construindo, dessa forma, uma cadeia de distribuição do conteúdo divulgado online em uma proporção praticamente inviável em termos de conteúdo impresso, que até então era o modelo predominante. Os estúdios MSP se beneficiaram de forma majestosa, tendo seu conteúdo consumido e procurado por um número muito maior do que o esperado, e os leitores que participaram dessa divulgação informal online acabaram se sentindo parte de todo esse grande projeto bem sucedido, gerando dessa forma uma grande quantidade de capital social para a empresa. Conforme aponta o administrador e autor de diversos livros de marketing Alexandre Luzzi Las Casas:

“A rede social [...] baseia-se na troca, na interação social [...] como ação que possui um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares e cujo conteúdo significa aquilo que é trocado entre os pares, como informação, sentimento, etc. Esse conteúdo inserido nas interações denomina-se capital social. Assim, é para o capital social, que é onde está contido o conteúdo das relações estabelecidas na rede, que as organizações têm voltado ou devem voltar seu esforço de marketing.” (CASAS, 2010, p.65)

Gusman, que já possuía grande crédito dentro da indústria de histórias em quadrinhos graças ao seu site de notícias da arte sequencial, “*Universo HQ*”, ao utilizar esse esquema de divulgação tão produtivamente como poucos haviam feito até então, se consolidou como um dos grandes editores da atualidade no Brasil, apresentando a um

amplo contingente de profissionais e aspirantes do meio, novas maneiras de interagir com o mercado consumidor.

O crescimento desse tipo de estratégia nos últimos anos, contudo, ganhou novas características com a criação de domínios especializados em um modelo mais efetivo de participação do leitor na produção do conteúdo da indústria de entretenimento: os sites de crowdfunding⁷. Observando as novas possibilidades de comércio eletrônico e a alta interatividade possibilitada pelas redes sociais, páginas da web de vários países foram criadas com uma estrutura que pudesse unir esses dois aspectos de uma maneira industrial inovadora. Se, durante a Segunda Guerra Mundial, os cidadãos dos Estados Unidos investiam na formação e no suprimento das tropas militares de seu país através da compra de títulos de guerra da série E, o novo campo de batalha se revelou o mercado de trabalho criativo, que, igualmente, carecia de investimentos e contava com uma verdadeira legião disposta a contribuir. O único elemento que faltava até então era um meio para que isso se desse.

Foi então que, entre os anos de 2000 e 2001, o site norte-americano “ArtistShare” foi fundado pelo executivo Brian Camelio, com o objetivo de alcançar, através do



Figura 20 - Logo do site “ArtistShare”

investimento dos fãs, uma quantia suficiente que possibilitasse a gravação dos álbuns de música dos seus artistas registrados. Os fãs custeariam os gastos de toda a parte financeira do projeto, enquanto os músicos produziram o conteúdo a ser distribuído àqueles que lhes fornecessem suporte. O resultado da iniciativa foi extremamente positivo, com a empresa vencendo 5 Prêmios Grammy entre 18 indicações, e o site ficou marcado como o primeiro de seu gênero, sendo uma fonte de inspiração para muitos outros como o também norte-americano “KickStarter” e o brasileiro “Catarse”.

Fundado em 28 de abril de 2009 pelos executivos Perry Chen, Yancey Strickler e Charles Adler, o site “KickStarter” utiliza um sistema de pagamento em parceria com o portal Amazon que o ajuda a redistribuir o valor arrecadado pelos projetos aos seus devidos elaboradores. Contando com o reconhecimento de grandes indústrias do setor

⁷ Nomenclatura tradicionalmente traduzida para “financiamento colaborativo”.

de comunicação como as redes CNN e BBC, o jornal “*The New York Times*” e as revistas periódicas “*Wired*” e “*Time*”, o site apreende os usuários dos Estados Unidos e do Reino Unido, promovendo projetos que abordam diversos segmentos, desde a produção de documentários até a publicação de histórias em quadrinhos.

O site brasileiro “*Catarse*” possui alguns elementos em comum com o “*KickStarter*”, como o aspecto visual claro e sem muita informação visual, com links que direcionam para



Figura 21 - Logo do site brasileiro “*Catarse*”

os projetos contidos no banco de dados, além do design utilizado para mostrar quanto do objetivo original do projeto exibido já foi atingido, entretanto, a proposta do site encontra-se atualmente voltada apenas para o mercado brasileiro, em todas as nuances culturais, desde projetos de circos até o lançamento de obras em parceria com editoras, dentre as quais um dos destaques fica por conta da proposta do já mencionado Fábio Yabu, que conseguiu 50% a mais do que o necessário até o dia 3 de fevereiro de 2013 para a publicação de uma edição luxuosa dos seus personagens “*Combo Rangers*”, pela editora JBC. O planejamento de Yabu, que careceria inicialmente de 40 mil reais para poder se concretizar, já alcançou a marca dos 60 mil reais e continua crescendo, tendo em vista que o prazo máximo para colaborar com o projeto permanecerá aberto até o dia 19 de fevereiro de 2013.

Yabu, entretanto, não foi o único a utilizar o “*Catarse*” como ferramenta de alcançar os leitores de quadrinhos. Em 2011, os autores do site “*Quadrinhos Rasos*”, os mineiros Luís Felipe Garrocho e Eduardo Damasceno, recorreram ao portal brasileiro de crowdfunding para poder publicar sua primeira obra impressa, “*Achados e Perdidos*” no 7º Festival Internacional de Quadrinhos, realizado na cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais. A estratégia da dupla obteve grandes resultados e promoveu os dois a uma homenagem especial da edição de 2011 do Prêmio HQ Mix, um dos principais do gênero dentro do país.

Em suma, o Catarse abrange, contando apenas no setor de histórias em quadrinhos, autores de diversos estados brasileiros e permitiu o financiamento do primeiro motion comic produzido no Brasil (o conceito de motion comic será melhor

abordado no próximo capítulo), “*Mascate*”, do paulista Yves Santaella Briquet. No começo do mês de fevereiro de 2013, mais de 10% dos projetos em aberto para receber incentivos são de histórias em quadrinhos⁸, e dentre os quais, quase a metade já ultrapassou o valor inicialmente desejado, com outros próximos de obter igual sucesso.

O panorama financeiro apresentado por esse modelo de sites acaba sendo uma estratégia muito utilizada por autores que estão dando os primeiros passos como profissionais da indústria de entretenimento e a taxa de resultados positivos que os sites apresentam demonstra que a produção de conteúdo meramente pelos canais de massa precisa ser repensado à luz das novas tecnologias e novas ferramentas de interação social. As histórias em quadrinhos, tais quais os demais meios de comunicação, começaram já a compreender a importância do elo entre os autores e os leitores, e as editoras estão procurando uma forma de atender às necessidades que esse novo cenário lhes traz.

Conforme foi destacado no começo deste capítulo, o mundo passou por grandes mudanças a partir do advento da tecnologia digital, mudando muitas noções que antes eram tidas como definitivas. A propriedade intelectual virou assunto de discussão e a identidade cultural passou por uma grande repaginação, uma vez observadas suas diversas ramificações possíveis. A indústria dos quadrinhos mudou muito na última década e continua a mudar até hoje, porém, não é apenas o mercado que está sofrendo variações, mas o próprio formato do meio em si, como veremos no próximo capítulo.

⁸ Dados colhidos até 3 de fevereiro de 2013.

Capítulo 5 – Admirável Quadrinho Novo

5.1 – Homens de Hoje

Outrora, os profissionais da indústria de histórias em quadrinhos foram denominados de “Homens do Amanhã”, em alusão ao personagem “*Superman*” e seus poderes muito além das limitações humanas (JONES, 2004). Hoje, porém, vivenciamos um período que a sociedade vem transpondo suas barreiras de viabilidade continuamente, promovendo melhores condições de vida e experiências ricas em profundidade cultural. A indústria de arte sequencial deixou de ser apenas um setor concentrado no público infanto-juvenil e se consolidou como uma das mais lucrativas do mundo nos últimos anos, incluindo todos os setores movidos a partir de suas criações, como as adaptações cinematográficas e os produtos que são fruto do licenciamento de imagem por parte das editoras. Nos dias atuais, é possível encontrar obras de grande reconhecimento do público e crítica na maior parte das livrarias e bancas de muitos países, dentre os quais o Brasil, que experimentou, apenas entre 2006 e 2007, um crescimento em torno de 30% do espaço reservado a essa mídia nas principais livrarias brasileiras (RAMOS, 2012).

As livrarias, entretanto, também estão passando por um período de transição. O crescimento de empresas relacionadas com a produção de livros eletrônicos (eBooks) nos últimos anos tem sido uma grande fonte de preocupação para as editoras tradicionais do mercado livreiro. Apesar de a mídia tratar a questão como se fosse algo inovador, o processo da transição da palavra impressa para o modelo digital data ainda da metade do século XX, quando o diretor do Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento Científico dos Estados Unidos, o Dr. Vannevar Bush, escreveu o artigo “*As We May Think*”⁹ para o periódico científico “*The Atlantic Monthly*”, sobre uma proposta para o próximo dispositivo de leitura que a sociedade viria a experimentar, o MEMEX, sigla que remete ao termo

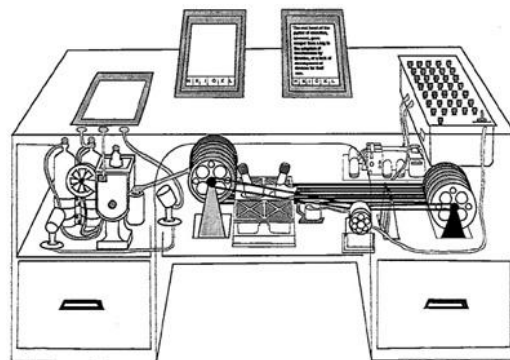


Figura 22 - Modelo do aparelho MEMEX criado por Vannevar Bush

⁹ Traduzindo livremente, “Como Pensaríamos”.

‘Memory Extension’ (PROCÓPIO, 2010).

O dispositivo proposto por Bush carregaria em si um banco de dados de toda forma de material impresso disponível e oferecia ao seu usuário acesso a toda e qualquer informação ali contida. Apesar de rudimentar, a ideia do dispositivo continuou viva, primeiramente sendo implementada, sob as limitações tecnológicas da época, aos sistemas internos de catalogação das próprias editoras para, a partir de 1998, começar a ganhar uma nova dimensão, quando empresas como as americanas NuvoMedia e SoftBook Press, a coreana Korea eBook e a francesa Cytale passaram a investir massivamente na produção dos primeiros dispositivos físicos que pudessem apresentar ao consumidor a versão eletrônica de livros cadastrados e formatados para seus respectivos sistemas (PROCÓPIO, 2010).

Após quase uma década e mais de uma dúzia de formatos de arquivo que concorriam pela hegemonia da indústria, o que dificultou muito o desenvolvimento desse setor do mercado livreiro, foi, enfim, estabelecido o formato Open eBook (OeB), que mais tarde viria a ser rebatizado de ePub (abreviação de Eletronic Publication), como o modelo padrão para a maioria dos dispositivos de leitura. Com o seu potencial de trabalho em termos de conteúdo e adaptação à mídia em que é lido, esse formato superou os concorrentes ASCII, TXT, HTML, LIT, WAP, DOC, RTF, EXE, dentre muitos outros, e se uniu ao tradicional formato PDF¹⁰ como predominantes nas editoras que possuíam uma divisão de livros digitais.

O formato ePub permitia um controle melhor sobre os detalhes técnicos do conteúdo produzido, facilitando às empresas do setor compartilhar seu acervo com o mercado consumidor. Para tanto, porém, muitas editoras tiveram de recorrer a um terceiro parceiro, que ficava responsável exclusivamente pela conversão dos arquivos. Foi assim que surgiram empresas como a indiana IndiaNIC, a qual abrange uma série de processos relativos a serviços de programação e formatação de arquivos para eBooks e aparelhos de sistema operacional Android, e a brasileira Gato Sabido, que procura atender as editoras brasileiras cujo acervo não se encontra ainda disponível em formato digital.

¹⁰ Sigla para “Portable Document File”.

Há, entretanto, outra vertente nessa questão editorial. Com a evolução acelerada dos recursos técnicos, muitas editoras passaram a investir na produção de conteúdos que não se restringissem apenas ao material textual como mero reflexo do livro impresso na tela de computadores e leitores especializados, procurando cada vez mais novos meios de criar plataformas que unissem diferentes mídias. E tudo começou com os projetos de uma única empresa, que revolucionaria os meios de comunicação como poucas desde o advento da internet: a Apple.

De portas abertas desde 1976, fundada pelos programadores Steve Jobs e Steve Wozniak, a Apple concorreu diretamente com a Windows, de Bill Gates, pela predominância do mercado de computadores pessoais por décadas a fio. Diferente do modelo convencional produzido por Gates, a empresa de Jobs e Wozniak se tornou reconhecida pelo alto cuidado com a qualidade de tratamento no design dos aparelhos e na capacidade de produção criativa do usuário. Investindo em uma forte campanha que se embasava na luta contra a marca que predominava até então o ramo de computadores, que eram encontrados apenas em escritórios na época, a IBM, a Apple assumiu muito da identidade revolucionária que estava em vigor nos anos 1970 e 1980 e se tornou um símbolo da cultura hippie norte-americana.

Na segunda metade dos anos 1990, entretanto, a empresa precisou se repaginar para alcançar o mercado novamente. Jobs, que havia sido demitido mais de uma década antes por uma suposta inadequação com os novos parâmetros da empresa, foi chamado de volta para chefiar o reinício da marca. Após ter obtido grande sucesso com suas novas empresas, NeXT e Pixar, Jobs trouxe consigo muito mais experiência do que tinha na sua primeira etapa na empresa, o que ajudou a tornar, a partir dos anos 2000, a Apple uma referência não apenas no setor de computadores, mas de veículo de mídia em si, a partir das relações do iPod e a indústria fonográfica, que entrava em crise com o aumento da pirataria online. Nos anos seguintes, Jobs implementou uma nova mentalidade à marca Apple, transformando-a em sinônimo de inovação, oferecendo ao público um dispositivo que muitos estudiosos já estimavam que fosse surgir eventualmente (JENKINS, 2006): o conversor de plataformas iPhone.

Apresentado ao mercado em 2007 durante a Macworld Expo, o iPhone apresentou uma nova realidade tecnológica aos consumidores, contando com um

sistema de processamento similar ao de um computador, porém, com o tamanho de um aparelho celular, e que contava com as funções básicas de um também. As vendas alcançaram a casa dos 500 mil em menos de uma semana depois de anunciado, demonstrando que o mercado compreendia o verdadeiro potencial transformador daquele aparelho. O grande diferencial que esse dispositivo ofereceu à nova realidade eletrônica, de fato, foi uma estrutura de comércio digital eficiente com utilidades variadas, como nenhum outro produto havia feito até então (PROCÓPIO, 2010). A existência e a possibilidade de realizar o download de aplicativos cujo objetivo atendesse aos mais diversos propósitos expandiu a relevância do dispositivo de Jobs a uma faixa muito ampla do mercado, tornando o aparelho um acessório inestimável para qualquer um que desejasse estar conectado à rede a todo instante e em qualquer lugar (CHEN, 2011).

Sem estar satisfeito com as suas contribuições para o mercado fonográfico e o desenvolvimento de uma rede colaborativa convergente e individualizada, uma vez que os usuários poderiam adaptar todos os programas de seus iPhones para seus gostos e preferências pessoais, Jobs anunciou, em 2010, o próximo passo da empresa, que revolucionaria o mercado livreiro: o iPad. O grande inventor da identidade Apple acabou não conseguindo ver todo o brilho de sua contribuição à sociedade, devido à sua morte em 5 de outubro de 2011, porém, os dispositivos que ajudou a ganhar a atenção da indústria tecnológica permanecem até os dias atuais melhorando o dia-a-dia de milhões de usuários ao redor do mundo inteiro.



Figura 23 - Foto de Steve Jobs apresentando o iPad, tirada do site da revista “Alfa”

Conforme veremos a seguir, a indústria de quadrinhos não se ausentou das novas plataformas de leitura digital apresentadas a partir do iPad, a ponto de repensarem-se, inclusive, enquanto linguagem de comunicação.

5.2 – Tablets, Novos 52 e Novas Possibilidades de Mercado

Com o lançamento do iPad em 2010, o mercado passou a experimentar uma discussão ferrenha entre duas vertentes do livro eletrônico, que podem ser representadas pelo próprio aparelho da Apple e o leitor eletrônico lançado pela empresa norte-americana Amazon, o Kindle.

Dona de uma enorme rede de contatos em seu site de comércio online, a Amazon, fundada em 1994 pelo norte-americano Jeff Bezos como uma versão eletrônica das tradicionais livrarias, nos últimos anos, se tornou uma grande multinacional que abrange diversos setores e presta vários serviços mediante a necessidade de seus usuários. Quando, em 2007, lançou seu próprio dispositivo de leitura digital, o Kindle, ela se tornou mais que apenas uma empresa qualquer em um oceano de start-ups¹¹, mas sim uma peça de função essencial dentro da forma como o livro eletrônico começava a ser consumido mundo afora. Se tantos outros aparelhos de leitura digital que ofereciam apenas o texto convertido da versão impressa, tal qual fazia o produto da Amazon, não haviam dado certo por conta da carência de um sistema de administração e comércio viável e eficiente, ocorreu uma evolução magnífica no caso do Kindle. Diferente dos demais leitores, o dispositivo da Amazon não possuía qualquer outro formato de arquivo se não aquele particular da empresa, com o objetivo de manter um maior controle sobre a distribuição do conteúdo adquirido pelo usuário através do próprio site da Amazon. Ou seja, ao mesmo tempo em que expandiu o leitor tradicional a uma dimensão de consumo extraordinária, o Kindle limitou o formato de seu conteúdo a um único tipo de arquivo incompatível com qualquer outro dispositivo que não aquele da empresa. E é nesse ponto que ocorre a grande ruptura dentro do mercado de livros eletrônicos.

De um lado, vê-se o Kindle e seu exclusivo propósito da leitura digital, com sua formatação igualmente particular, seguido por diversos outros dispositivos tradicionais,

¹¹ Nome dado, normalmente, às empresas recém-inauguradas, em sua maior parte devido a uma demanda que atrai a atenção do mercado.

que também se concentram apenas no ato da leitura, mas que são baseados no formato ePub, enquanto, de outro, observa-se o surgimento de um novo tipo de aparelho que converge diferentes tipos de mídia e possibilita ao seu usuário uma interface pessoal de grande apelo, que é ilustrado pela figura do iPad e os demais tablets, em especial aqueles produzidos pelas empresas Apple e Samsung.



Figura 24 - Exemplo da diferença entre o Kindle, da Amazon, e o iPad, da Apple

Observando essa divisão, as editoras começaram a tomar lados, investindo em materiais que seguissem uma dessas duas linhas de produção. A indústria de quadrinhos igualmente experimentou essas variações. A editora DC, entretanto, foi a primeira a tomar uma medida mais drástica em relação a esse crescente mercado. Enquanto sua grande concorrente, a Marvel, investira anos na disponibilização de um banco de dados em seu site com histórias antigas publicadas pela editora, que haviam sido basicamente escaneadas para o computador, e protótipos de histórias convertidas para os tablets através de parceria com a plataforma de quadrinhos digitais Comixology, a DC deu o próximo grande passo ao zerar todos os seus títulos, em 2011, e reiniciar todo o universo ficcional que representava com publicações simultâneas no formato impresso e digital. Essa estratégia ficou conhecida como “*Novos 52*”, referindo-se ao número de títulos que a editora passaria a publicar regularmente e a todas as supostas versões de realidade paralela em que seus personagens estavam inseridos e contou com a parceria da mesma plataforma que a Marvel utilizava. A proposta repercutiu profundamente no mercado de histórias em quadrinhos ao redor do mundo inteiro, e a primeira edição da “*Liga da Justiça*” nesse novo modelo vendeu sua tiragem inicial de 200 mil exemplares

em apenas um dia, qualificando a edição como a segunda revista periódica de maior venda no ano de 2011, perdendo apenas para a revista brasileira “*Turma da Mônica Jovem n°34*”, que alcançou a marca de 500 mil exemplares vendidos, conforme foi destacado no site de notícias relacionadas à arte sequencial, “*Bleeding Cool*”, em 13 de setembro daquele ano.

Essa mudança na forma de veiculação do conteúdo gerado pela editora DC acabou mudando, inclusive, a estrutura de funcionamento comercial da indústria, que se baseava muito nas atividades das lojas especializadas, conforme foi destacado no capítulo anterior. Os distribuidores e revendedores passaram por um período de incertezas desde o anúncio oficial dessa estratégia da DC, porém, mediante uma negociação quase individual realizada pela editora, que prometeu incentivos àqueles que abrissem um portal de vendas online para suas lojas físicas já existentes, o problema parecia ter sido resolvido, em um primeiro momento, conforme destacou o site

“*Newsrama*” em maio de 2011. Em outubro daquele ano, porém, a Amazon decidiu ingressar de forma mais violenta no mercado de quadrinhos digitais, negociando junto à DC os direitos exclusivos para venda online de 100 títulos de graphic novels pertencentes à editora e que eram protagonizados pelos principais personagens desta. A reação dos demais revendedores foi temerosa, com as livrarias Barnes & Noble e Books-A-Million, que juntas representavam cerca de 1531 livrarias físicas, anunciando que não venderiam mais a versão impressa caso não tivessem o direito de negociar também a versão eletrônica. A DC procurou amenizar o conflito, garantindo que a estratégia digital da editora não se limitaria apenas à Amazon, esclarecendo, em novembro de 2011, que a editora continuaria a firmar parcerias com as mais diferentes plataformas em prol da divulgação do material produzido pelos profissionais



Figura 25 - Uma das propagandas veiculadas pela DC para promover seu projeto “*Novos 52*”

empregados pela DC, sem um favorecimento de um em relação ao outro. O mercado ainda vai evoluir muito em termos de adesão da produção eletrônica de histórias em quadrinhos, mas apenas o tempo e os desdobramentos das parcerias firmadas entre as editoras e as revendedoras dirá, de fato, como a indústria vai assimilar esse novo momento. O que é certo, entretanto, é que as histórias em quadrinhos ganharão uma dimensão muito maior daquela que um dia imaginariam que ela pudesse vir a ter, servindo de fonte para a cultura social (LEVITZ, 2010) e um meio de expressão pessoal inovador. Para podermos vislumbrar algumas das possibilidades que o meio pode vir a desenvolver no futuro próximo, é preciso novamente voltar ao ano de 2001.

Produzido de forma independente pelo cineasta norte-americano Brooke Burgess, a série *“Broken Saints”* apresentou um uso da narrativa das histórias em quadrinhos de uma forma inovadora para o meio, conferindo uma pequena noção de movimento às ilustrações, efeito produzido pela aproximação ou movimentação da câmera em relação ao desenho, e uma trilha sonora acompanhada da leitura em voz alta dos balões, que permaneciam presentes na história, como uma referência ao meio de origem do projeto. Dividido em 24 capítulos disponibilizados entre o ano do lançamento da primeira parte e 2003, essa história de terror é constantemente referida como uma das primeiras versões do que viriam a chamar de *“motion comic”*.

Caracterizado como um modelo entre a arte sequencial tradicionalmente estática e a animação propriamente dita, com um destaque para o trabalho com a construção de camadas com função determinada pelos organizadores desse tipo de projeto, esse tipo de narrativa atraiu muitos produtores de conteúdo, como forma de expandir o material com o qual trabalhavam. Os produtores, por exemplo, de filmes como *“Jogos Mortais”* (2005) e *“A Origem”* (2010), acabaram assimilando essa abordagem para criar

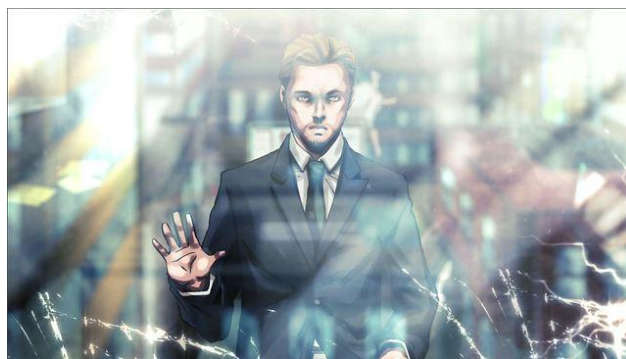


Figura 26 - Cena do "motion comic" produzido para expandir o universo apresentado no filme "A Origem", de 2010

prequelas de suas histórias, além do próprio reconhecimento da indústria de quadrinhos de super-heróis, que passou a explorar muito esse recurso a partir de 2009.

Duas questões, entretanto, se sobressaem nesse ponto. O primeiro é o trabalho realizado pelo programador de jogos eletrônicos Jake S. Hughes, que, em 2008, produziu o *“motion comic”* da história *“Watchmen”*, de Moore e Gibbons, com a parceria deste último. O grau de atenção dado a como o movimento influenciaria a compreensão da trama que se desenrolava pelas doze edições originais da obra e a narração das falas por um único intérprete acabou compondo um material de interessante análise, uma vez que o *“motion comic”* parece se aproximar do que seria considerado uma versão em áudio para um livro comum, contando apenas com imagens dinâmicas para diferenciar um do outro. A segunda questão é trazida pelo site *“Comics Worth Reading”*: qual a relevância de um *“motion comic”*?

O *“motion comic”*, tal como o próprio Gibbons destacou quando indagado sobre suas considerações do processo da adaptação de *“Watchmen”*, atrai um público que muitas vezes não leria um quadrinho tradicional de outra maneira. Enquanto os profissionais do meio podem encara-lo como apenas mais uma vertente que possui suas próprias limitações e características, aos olhos do leitor leigo, é uma experiência completamente nova e animadora. Conforme destacou também o diretor da adaptação do mesmo *“Watchmen”* para os cinemas com atores e atrizes de carne e osso, Zack Snyder, o *“motion comic”* é como uma porta de entrada para um universo de histórias maravilhosas a serem contadas nas páginas de uma história em quadrinhos.

Obviamente, o modelo não é e nem vai ser absorvido como algo benéfico por todos os profissionais da indústria, porém, o potencial de expansão do universo da arte sequencial através desse recurso é inegável e é, sem dúvida, reflexo dos efeitos da tecnologia na estrutura tradicional de composição de uma história em quadrinhos.

Enquanto alguns quadrinistas acabam utilizando recursos mais básicos que já estavam inseridos em programas de computador para reinventar o gênero, como as tirinhas produzidas com ajuda de arquivos em GIF pelo já mencionado Will Leite, outros, como o próprio David Gibbons, investem em um novo veículo para as histórias em quadrinhos, ao qual nos concentraremos a seguir.

5.3 – Análise de Caso: “Treatment: Tokyo”

Conforme aponta o editor e membro da Comissão do Livro Digital da Câmara Brasileira do Livro (CBL), Ednei Procópio, em seu estudo sobre o panorama dos dispositivos eletrônicos na produção literária e na composição de novas narrativas:

“O livro no formato de caderno como conhecemos foi concebido desta maneira para adaptar-se a uma realidade específica, a qual os e-readers nunca vão conseguir mimetizar. Ou seja, a solução está em criar novas formas de leitura.” (PROCÓPIO, 2010, p.151)

O surgimento de tablets como o iPad, portanto, tiveram um grande peso no mercado livreiro como um todo, afetando de forma igualmente determinante a indústria de histórias em quadrinhos.

Utilizando o conceito proposto pelos “*motion comics*” quanto ao uso de elementos audiovisuais para gerar uma nova experiência na arte sequencial, o executivo Ben Wolstenholme, o programador Eugene Walden e o designer Liam Sharp fundaram, em 2011, a empresa Madefire, que proporcionaria ainda ao mercado uma visão do que o futuro pode reservar para o meio, em termos de recursos narrativos.

Lançada de maneira oficial na forma de um aplicativo para iPad em junho de 2012, a empresa contou com o aval de um comitê de supervisão de grande referência dentro da indústria, composto por nomes como o já mencionado David Gibbons, o desenhista Bill Sienkiewics, mundialmente reconhecido pelo seu uso dos recursos gráficos na composição de histórias em quadrinhos, claramente influenciado pelo estilo produzido por Jim Steranko na década de 1960, o ex-editor da divisão digital da DC, Ben Abernathy, dentre outros.

Denominando seu conteúdo produzido de “*motion books*”, a Madefire se propôs a definir uma nova experiência em termos de construção narrativa, mesclando elementos que compõem a linguagem das histórias em quadrinhos, tais como a transição entre imagens para apresentar uma trama com personagens reconhecíveis para o leitor e o uso de balões para apresentar o texto referente ao conteúdo, com recursos como as propriedades do giroscópio, do acelerômetro e da sensibilidade ao toque nas telas dos tablets, a fim de proporcionar ao leitor uma imersão mais profunda dentro do universo ficcional apresentado do que aquela possível nas páginas impressas das revistas.

Contando apenas com material original, ou seja, jamais publicado em outra plataforma que não o Madefire, uma das histórias que mais se destacou na primeira leva de edições digitais disponibilizadas foi “*Treatment: Tokyo*”, escrita por Robbie Morrison e desenhada e dirigida por Kinman Chan. Contando a história de um programa de televisão que persegue criminosos de verdade e os pune por seus atos contra a sociedade, em uma referência ao seriado de televisão “*Cops*”, o leitor é convidado a acompanhar os bastidores do programa em si e a recepção do público a este, no ano 2023. Com uma economia decadente que contrasta com os cenários e tecnologia futuristas, a realidade apresentada é quase uma adaptação da teoria da torre panóptica que o filósofo francês Michel Foucault analisou em seu estudo sobre as metafísicas do poder no final da década de 1970, com o principal protagonista da história sendo uma ferramenta viva da manutenção da hierarquia de forças dentro da sociedade.



Figura 27 - Capa do quadrinho digital "*Treatment: Tokyo*", produzido pela empresa Madefire

A história da edição em si, entretanto, se foca em uma dessas missões realizadas pelo protagonista, Kaidan, que persegue um membro da máfia japonesa que fugira da punição por subterfúgios dentro da própria legislação vigente no país, que, no caso, é o Japão. Ao longo dessa ação, o “*motion book*” apresenta sons que acompanham a ordem dos eventos, deixando o leitor mais envolvido com a trama. Os quadrinhos se sobrepõem uns aos outros, em ordem narrativa premeditada pelos autores da história e permitem uma leitura fluida do texto, bem aplicado às ilustrações.

Dois fatos, porém, se destacam na estrutura projetada pela Madefire para essa história. O primeiro refere-se a uma mudança estrutural na forma como o quadrinho impresso é consumido, no sentido que a ordem de leitura muda drasticamente. Enquanto nas revistas em quadrinhos ocidentais, a tradição narrativa vai da esquerda para a direita, e na oriental, da direita para a esquerda, no caso de *"Treatment: Tokyo"* há uma ruptura completa nesse sentido. Uma vez que os balões só aparecem mediante a interação do leitor com o tablet, a ordem de leitura passa a ser feita de acordo com a sequência de exibição dos painéis, sem um referencial fixo. Similar ao esquema em que peças artísticas são produzidas nos dias atuais em programas como Adobe Photoshop, a narrativa da história parece ser construída em um esquema de camadas, que aparecem conforme o leitor vai avançando no conteúdo da obra. Essa característica adotada pelos *"motion books"* acaba resolvendo, de certa forma, uma das limitações que as histórias em quadrinhos tradicionais possuíam, ao que Eisner abordou da seguinte forma:

“Nos quadrinhos, o controle sobre o leitor é conseguido em dois estágios: atenção e retenção. A atenção se consegue com imagens provocantes e atraentes. A retenção é obtida através de uma organização lógica e inteligível das imagens. O problema com uma mídia impressa como os quadrinhos é que o leitor pode ver facilmente como ela termina. Por isso, é preciso fazer com que o leitor se interesse pelo conteúdo.” (EISNER, 1996, p.55)

Ou seja, o novo método para construção narrativa nas histórias produzidas pela Madefire acaba expandindo os horizontes do meio enquanto ferramenta de comunicação, no sentido em que muda os parâmetros de atenção e retenção do leitor. Diferente do seu esquema tradicional de construção das noções de tempo e espaço através do posicionamento dos personagens e de suas falas



Figura 28 - Uma das páginas da *"Treatment: Tokyo"* que apresenta a narrativa construída em camadas

(McCLOUD, 1993), *"Treatment: Tokyo"* apresenta um esquema mais adequado ao leitor que tem o desejo de concentrar sua atenção nos acontecimentos imediatos que se

passam na trama, sem lhe gerar confusão ou frustração de ver as consequências antes de ter a chance de ver as causas propriamente ditas destas.

Outro ponto que também se destaca na história de Chan e Morrison é durante a cena de luta final, quando Kaidan se vê frente a frente com o criminoso que deveria punir. Após uma batalha de espadas que o leitor pode experimentar de forma bem avivada, devido à trilha sonora e efeitos específicos de som e imagem, o leitor se vê praticamente na posição do protagonista da história, precisando realizar um movimento específico para eliminar o adversário do protagonista de uma vez por todas. Dessa forma, com um gesto levemente inclinado no último painel exibido na luta, a cabeça do criminoso é cortada, o que gera um alto ruído sonoro que representa o som da lâmina atravessando o ar.

Essa experiência é algo extremamente inovador em termos de imersão do leitor dentro da arte sequencial. Até então, o recurso de movimentos específicos na tela sensível ao toque se restringia apenas aos jogos eletrônicos que podiam ser baixados para o tablet, porém, ao implementar isso em uma história em quadrinhos como elemento altamente relevante para a compreensão e sequência da trama, os profissionais da Madefire aproximaram o seu universo ficcional da realidade de todos os leitores como jamais fora feito anteriormente.

Construída tecnicamente de maneira específica para criar essa sensação de imersão, *“Treatment: Tokyo”* ganhou a atenção da indústria, que viu surgir uma nova vertente para a linguagem dos quadrinhos, a qual futuramente muitas editoras devem acabar aderindo. Conforme destacou Gibbons, quando indagado sobre as particularidades do aplicativo, os autores acabam tendo que modificar de forma estrutural sua forma de conceber as histórias que serão conteúdo para a plataforma, diferente de qualquer experiência que estes pudessem vir a ter no material impresso.

Outras histórias da Madefire já começam a demonstrar características similares à daquela de Chan e Morrison, como *“The Engine”*, produzida por Jimmy Broxton e Guy Adams, porém, ainda há uma consideração redução do uso dos recursos tecnológicos em relação ao nível de *“Treatment: Tokyo”*. A regularidade das

publicações do aplicativo ainda é um tanto incerto, com algumas séries ganhando mais número de edições que outras em um determinado período de tempo.

Vale destacar, também, que, para dar esse grande passo na transição entre átomos e bits, a empresa acabou determinando que precisaria primeiro avaliar o método de recepção que o público teria à sua investida. Dessa forma, eles lançaram a primeira versão do aplicativo de forma totalmente gratuita. Fornecendo tanto o download da plataforma em si, quanto das edições digitais que disponibiliza, sem quaisquer custos para o usuário, o aplicativo teve grande repercussão tanto entre os profissionais da indústria de quadrinhos quanto entre os fãs desta. Os membros do comitê de supervisão, porém, destacam que a tendência deve ser monetizar depois sobre o interesse do leitor.



Figura 29 - Logo da Madefire

A decisão de tornar seu material tão aberto acabou levando a uma pequena discussão sobre o seu real valor enquanto empreitada dentro da indústria de histórias em quadrinhos. A estratégia utilizada, porém, não é diferente daquelas realizadas por grandes empresas de software ou de jogos eletrônicos, que disponibilizam seu conteúdo sem custo para o usuário, porém, com opções de serviço mais qualificados a um determinado custo calculado pelas empresas, o chamado “*freemium*” (ANDERSON, 2011). Conforme destaca o editor-chefe da revista “*Wired*”, Chris Anderson, em sua análise do comércio online:

“Confundir o custo de transmitir os megabits com o custo de fazê-los e o que eles valem para o destinatário é um erro similar ao de não ver direito onde o valor de fato reside. E o valor não está na rede, está na produção, no consumo, quando os bits são transformados em significado.” (ANDERSON, 2011, p.225)

Até fevereiro de 2013, o aplicativo continua na etapa grátis de geração e distribuição de seu material produzido, contudo, não há uma definição muito clara quanto até quando esse momento durará. Apenas quando o passo seguinte for dado, em termos de construção de uma estrutura de mercado ao redor das histórias produzidas pelos profissionais empregados pela Madefire, será possível chegar a uma conclusão exata sobre o potencial mercadológico dos quadrinhos digitais. Quanto ao seu valor de formato, entretanto, já não há dúvidas da riqueza de sua contribuição ao gênero e às narrativas criadas especificamente para os tablets, em si.

5.4 – Expandindo a Experiência das Histórias em Quadrinhos

A plataforma da empresa Madefire virou o maior exemplo sobre as mudanças na indústria tradicional da arte sequencial a partir da inserção da tecnologia nos meios de produção e consumo, e, dessa forma, gerou uma nova etapa para as histórias em quadrinhos na segunda década do século XXI.

É importante destacar que, para realizar a transição de um conteúdo gerado para o modelo impresso para que possa ser consumido em um formato digital, é necessário seguir algumas instruções específicas de grande importância. As ferramentas digitais promovem determinadas escolhas ao autor que o material impresso não podem oferecer, e vice-versa, portanto, é consideravelmente difícil imaginar um mesmo conteúdo produzido perfeitamente igual para ambos, porém, uma adaptação é possível.

No estudo do sociólogo John B. Thompson sobre os modelos de interação social mediante a presença de um regulador central, no caso, os meios de comunicação de massa, ele observa que:

“Toda ação acontece dentro de uma estrutura interativa particular que implica certas suposições e convenções, como também características físicas do ambiente [...]. Um indivíduo agindo dentro de uma estrutura irá, até certo ponto, adaptar o seu comportamento a ela, procurando projetar uma imagem de si mesmo mais ou menos compatível com esta estrutura e com a impressão que ele quer transmitir.”
(THOMPSON, 1995, p.82)

Thompson, neste caso, observa o panorama do cenário audiovisual e a forma como ele muda a postura dos indivíduos diante das câmeras, quando estes se tornam figuras públicas a que o espectador carece de criar um vínculo. Tal consideração,

entretanto, pode ser igualmente aplicada aos próprios efeitos da mídia escolhida para expor determinado conteúdo, tornando necessário a este adotar uma nova linguagem, inerente ao novo meio pelo qual passará a ser transmitido. Neste sentido, o conceito de linguagem é o mesmo daquele apresentado pelo sociólogo alemão Walter Benjamin, que descreve:

“Todas as manifestações da vida intelectual do homem podem ser concebidas como uma espécie de linguagem, e esta concepção, segundo um método verdadeiro, perspectiva em geral outras questões. [...] Neste contexto, linguagem significa o princípio orientado para a comunicação de conteúdos intelectuais, nos referidos domínios: na técnica, na arte, na justiça ou na religião. Numa palavra: toda e qualquer comunicação de conteúdos é linguagem, sendo a comunicação através da palavra apenas um caso particular, subjacente a conteúdos humanos ou que nele se baseiam (justiça, poesia, etc).” (BENJAMIN, 1916, p.149)

Partindo dessa formulação feita por Benjamin, chegamos à conclusão de que as mudanças são um elemento-chave no que tange ao papel de adaptar determinado conteúdo para uma mídia diferente da sua original. A linguagem dos quadrinhos é diferente da linguagem da animação, tanto quanto da literatura tradicional ou então do rádio ou da interpretação teatralizada. Cada uma dessas mídias possui seu *modus operandi*, com seus potenciais e suas limitações técnicas, que são refletidos na versão final do produto trabalhado. Mediante essas pressuposições, chega a ser viável considerar o modelo de quadrinho digital da Madefire um outro recurso comunicativo à parte da arte sequencial tradicional. O mesmo é levantado pelo semiólogo Umberto Eco e o escritor dramaturgo Jean-Claude Carrière, em suas ponderações sobre o livro e o livro eletrônico, ainda que esta distinção seja um tanto mais específica e, portanto, carecesse de uma discussão mais extensa.

Há, entretanto, o meio-termo entre essas duas possibilidades de mercado, que tem permitido cada vez mais novas experiências nas histórias em quadrinhos por parte de empresas que investem no setor como meio para divulgação de sua marca, como é o caso da Nike, que, em 2010, apresentou um conteúdo

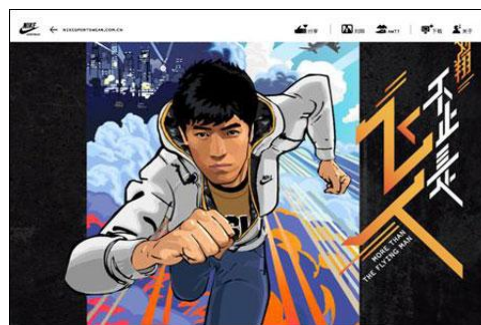


Figura 30 - Capa do quadrinho digital produzido pela Nike com o atleta chinês Liu Xiang, em 2010

em arte sequencial digital protagonizado pelo atleta chinês Liu Xiang, representado pela empresa, com o intuito de alcançar o público mais jovem e instigá-lo a conhecer mais sobre o esportista, que disputara as Olimpíadas de Atenas, em 2004, ganhando a medalha de ouro no atletismo. A história, produzida pela agência de marketing e publicidade W + K em parceria com o desenhista Anthony Francisco Schepperd, serviu de material de divulgação para a marca da Nike e sua então nova linha de roupas e calçados.

Enquanto o mercado acaba se dividindo nessas duas vertentes, a tradicional arte sequencial produzida para ser impressa e o híbrido de um molde dos quadrinhos eletrônicos (*e-comics*), o público ganha em termos de quantidade e muitas vezes qualidade do material produzido em ambos. Testemunhamos, portanto, no começo do século XXI o amadurecimento de um meio de mais de um século de existência e o



Figura 31 - Exemplo de código QR

crepúsculo de um novo modelo de narração digital, cujo desenvolvimento ainda deverá ganhar grandes investimentos, como a inserção de códigos de barra inteligentes, também conhecidos como códigos QR¹², nas próprias revistas impressas para gerar um conteúdo multimídia que aproveite o máximo possível de ambos os universos, material e digital.

Ainda que haja a carência de uma adaptação para a produção de um conteúdo similar ao do apresentado pelo aplicativo Madefire, existem autores capazes de produzir uma versão manual de histórias com narrativa simultânea em imagens, sons e a palavra escrita, como é o exemplo do curta “*Malária*”, produzido pelo brasileiro Edson Oda.

Portanto, a nova realidade do quadrinho digital, em suas muitas facetas possíveis, representa uma nova opção para os autores da indústria e os consumidores. Produzido de forma que possa ser aproveitado em múltiplas plataformas ou não, o conteúdo das histórias em quadrinhos continuam representando os reflexos da realidade social em que foram produzidas e, tal como qualquer meio de comunicação, mantém um

¹² Sigla que significa “Quick Response”, ou seja, de resposta rápida.

grande potencial expressivo, limitados apenas pelo interesse do produtor da mensagem a ser transmitida através dela.

Capítulo 6 – Considerações Finais

As histórias em quadrinhos, como os demais meios de comunicação, são produto do contexto no qual são produzidas, sendo profundamente influenciadas por ideologias, experiências e objetivos comuns àqueles dos responsáveis pela formação da mensagem central a ser transmitida em seu formato. Portanto, não é grande novidade que, ao longo do século XX, a indústria e o mercado tenham se adaptado em diversos momentos para suprir as demandas que os leitores impunham. Como reflexo dessa adequação, a indústria oscilou entre momentos de grande rendimento e períodos obscuros e incertos para seus profissionais.

Com a acelerada evolução das plataformas tecnológicas para disseminação de conteúdo digital desde o final da década de 1990, a estrutura da indústria de arte sequencial sofreu variações determinantes em termos mercadológicos, hierárquicos e da composição da mensagem que visava transmitir, criando, dessa maneira, uma gama de possibilidades para os autores explorarem a narrativa gráfica como jamais fora possível antes. O quadrinho digital não é tanto uma ameaça, quanto é, na verdade, uma nova perspectiva sobre o desempenho das estruturas narrativas da arte sequencial nos meios eletrônicos.

Uma vez observado esse novo panorama, é possível constatar o crescimento da popularidade do meio, levando em consideração que o papel do fã é repensado como uma parte importante na construção de uma obra, tanto em termos de influência, quanto de divulgação e de financiamento. Com as mudanças na cadeia de distribuição, que, graças ao compartilhamento na web, acaba se tornando mais dependente do usuário e menos propriamente dito de empresas especializadas, acaba ocorrendo uma maior abertura do mercado ao ingresso de aspirantes a profissionais, que passam a ter, em mãos, as ferramentas necessárias para poder compor seu próprio material e se fazerem conhecidos. Ainda assim, vale destacar que as editoras de maior renome permanecem tendo maior repercussão junto ao mercado, uma vez que já são parte da cultura popular comum estabelecida ao longo século XX.

Portanto, o panorama que se apresenta atualmente para o quadrinho digital é extremamente favorável à indústria e ao meio em si, os quais crescem a passos largos

com as interações com outros setores do ramo de entretenimento, o que estimula mais pessoas a ingressarem profissionalmente no campo e atrai mais leitores para todos os diversos modelos de publicação em quadrinhos – revistas, graphic novels, “*motion comics*”, “*motion books*” –, os quais vêm ganhando gradativamente um maior grau de reconhecimento enquanto forma de expressão e como obra de arte. Há, entretanto, um longo caminho ainda a percorrer para a consolidação intelectual do meio, que apenas o tempo e as decisões editoriais dirão quais serão as consequências dessa árdua jornada.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Rubim Santos Leão de; JACQUES; DENIZE; e OSCAR. *"História das Sociedades – Das Sociedades Modernas às Sociedades Atuais"*, editora Ao Livro Técnico. Rio de Janeiro, 1998, 48ª impressão, 2007.

BENJAMIN, Walter. *"A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica"*, 1936, In: BENJAMIN, Walter. *"Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política"*, editora Relógio D'Água, Lisboa, 2012.

_____. *"Sobre a Linguagem em Geral e sobre a Linguagem Humana"*, 1916, In: BENJAMIN, Walter. *"Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política"*, editora Relógio D'Água, Lisboa, 2012.

BELIC, Roko. *"Dreams: Cinema of the Unconscious"*, documentário, 2010.

BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. *"Uma História Social da Mídia – De Gutenberg À Internet"*, 2002, editora Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2ª Edição, 2006.

CARLSON, Johanna Draper. *"What's the Point of a Motion Comic?"*. Disponível em: <http://comicsworthreading.com/2009/08/23/whats-the-point-of-a-motion-comic/> >. Acessado em: 8 de fevereiro de 2013.

CASAS, Alexandre Luzzi Las. *"Marketing Interativo – A Utilização de Ferramentas e Mídias Digitais"*, editora Saint Paul, 2010.

CASEY, Todd. *"O Homem Misterioso"*, artigo publicado na edição número 13 da revista *"Wizard Brasil"*, em outubro de 2004.

CHEN, Brian X.. *"Always On – How the iPhone Unlocked the Anything-Anytime-Anywhere Future – and Locked Us In"*, editora Da Capo Press, 2011.

CHEREDAR, Tom. *"Madefire demonstrates why digital comic books should come alive at Comic-Con"*. Disponível em: <http://venturebeat.com/2012/07/13/madefire-demonstrates-why-digital-comic-books-should-move-at-comic-con/> >. Acessado em: 8 de fevereiro de 2013.

CIRNE, Moacy. *"Quadrinhos, Sedução e Paixão"*, editora Vozes, 2001.

COUPERIE, Pierre; DESTEFANIS, Proto; FRANÇOIS, Edouard; HORN, Maurice; MOLITERNI, Claude; e TALABOT, Gerald Gassiot. *"Histórias em Quadrinhos & Comunicação de Massa"*, editora Museu de Arte de São Paulo "Assis Chateaubriand", 1970.

ECO, Umberto e CARRIÈRE, Jean-Claude. *"Não contem com o fim do livro"*, editora Record, 2010.

EISNER, Will. *"Quadrinhos e Arte Sequencial"*, 1985, São Paulo, editora Martins Fontes, 3ª edição, 2001.

_____. *"Narrativas Gráficas"*, 1996, São Paulo, editora Devir, 2ª edição, 2008.

EVANIER, Mark. *"Kirby – King of Comics"*, editora Harry N. Abrams, Inc. Publishers, 2008.

EVANS, Jonny. “Vendas do iPhone superam mais de meio milhão de unidades após estreia”. Disponível em:
<<http://idgnow.uol.com.br/mobilidade/2007/07/02/idgnoticia.2007-07-02.4240926395/>>.
Acessado em: 6 de fevereiro de 2013.

FEIJÓ, Mário. “*Quadrinhos em Ação – Um Século de Histórias*”, editora Vozes, 1995.

FOUCAULT, Michel. “*Microfísica do Poder*”, 1979, editora Graal, 25ª edição, 2012.

GOIDANICH, Hiron Cardoso e KLEINERT, André. “*Enciclopédia dos Quadrinhos*”, 2011. Rio Grande do Sul, editora L&PM.

GRAVETT, Paul (Org.). “*1001 Comics You Must Read Before You Die*”, editora Cassell Illustrated, 2011.

_____. “*Mangá – Como o Japão Reinventou os Quadrinhos*”, 2004, editor Conrad, 2006.

GUVERN, Róman e MOLITERNI, Claude. “*Literatura da Imagem*”, 1979, editora Salvat, 1980.

GUSMAN, Sidney. “*Mangás: hoje, o único formador de leitores do mercado brasileiro de quadrinhos*”, 2005, In: LUYTEN, Sonia Bibe (Org.). “*Cultura Pop Japonesa – mangá e animê*”, editora Hedra, 2005.

HYDE, David. “*Inside the numbers: JUSTICE LEAGUE #1 is officially the best-selling comic book of 2011*”. Disponível em:
<<http://www.dccomics.com/blog/2011/09/12/inside-the-numbers-justice-league-1-is-officially-the-best-selling-comic-book-of-2011>>. Acessado em: 7 de fevereiro de 2013.

JENKINS, Henry. “*A Cultura da Convergência*”, 2006, editora Aleph, 2ª edição, 2008.

JOHNSTON, Rich. “*This Is What A Half-Million-Selling American Comic Books Looks Like*”. Disponível em:
<<http://www.bleedingcool.com/2011/09/13/this-is-what-a-half-million-selling-american-comic-looks-like/>>. Acessado em: 7 de fevereiro de 2013.

JONES, Gerard. “*Homens do Amanhã – Geeks, Gângsteres e o Nascimento dos Gibis*”, 2004. São Paulo, editora Conrad, 2006.

JUNIOR, Gonçalo. “*A Guerra dos Gibis – A Formação do Mercado Editorial Brasileiro e a Censura aos Quadrinhos 1933-1964*”, São Paulo, editora Companhia das Letras, 2004.

_____. “*O Homem Abril – Cláudio de Souza e a história da maior editora brasileira de revistas*”, editora Opera Graphica, 2003.

KITCHEN, Dennis e BUHLE, Paul. “*The Art of Harvey Kurtzman*”, editora Harry N. Abrams, Inc. Publishers, 2009.

LEVITZ, Paul. “*75 Years of DC Comics – The Art of Modern Mythmaking*”, editor Taschen, 2010.

LUYTEN, Sonia Bibe. “*Mangá – O Poder dos Quadrinhos Japoneses*”, editora Estação Liberdade, 1991.

MCCARTHY, Helen. “*The Art of Osamu Tezuka – God of Manga*”, editora ILEX, 2009.

- McCLOUD, Scott. *“Desvendando os Quadrinhos”*, 1993, editora M. Books, 1995.
- _____. *“Reinventando os Quadrinhos”*, 2000, editora M. Books, 2006.
- McLUHAN, Marshall. *“Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem”*, 1964, editora Cultrix, 18ª edição, 2006.
- MOLINÉ, Alfons. *“Penetração do mangá no Ocidente: o caso espanhol”*, 2005, In: LUYTEN, Sonia Bibe (Org.). *“Cultura Pop Japonesa – mangá e animê”*, editora Hedra, 2005.
- MORELLI, André. *“Super-Heróis no Cinema e nos Longa-Metragens da TV”*, editora Europa, 2009.
- MOYA, Álvaro de. *“História das Histórias em Quadrinhos”*, 1987, São Paulo, editora Brasiliense, 2ª Edição, 2ª Reimpressão, 1996.
- NARANJO, Marcelo. *“Os Filhos da Ditadura”*, artigo publicado na edição especial da revista *“Discutindo Literatura”*, em 2008.
- ODA, Edson. *“Malária”*. Disponível em:
<<http://vimeo.com/56433514#>>. Acessado em: 11 de janeiro de 2013.
- PALMA, Gisele. *“Crowdfunding faz sucesso no Brasil”*. Disponível em:
<<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/07/crowdfunding-faz-sucesso-no-brasil.html>>. Acessado em: 20 de janeiro de 2013.
- PATATI, Carlos e BRAGA, Flávio. *“Almanaque dos Quadrinhos – 100 Anos de Uma Mídia Popular”*, Rio de Janeiro, editora Ediouro, 2006.
- _____. *“Super-Heróis X Anti-Heróis – Dos Quadrinhos às Telas”*, série de palestras realizadas entre 10 e 13 de janeiro de 2012, no Centro Cultural da Caixa Econômica Federal, Centro do Rio de Janeiro.
- PITOMBO, Heitor. *“A Revolução Inglesa – Como os britânicos mudaram a linguagem dos quadrinhos nos anos 1980”*, artigo publicado na edição especial da revista *“Discutindo Literatura”*, em 2008.
- PROCÓPIO, Ednei. *“O Livro na Era Digital – O Mercado Editorial e as Mídias Digitais”*, editora Giz Editorial, 2010.
- QUIMBY, Rachel. *“The Adorable Origins of Yellow Journalism”*. Disponível em:
<<http://backstoryradio.org/the-adorable-origins-of-yellow-journalism/>>. Acessado em: 3 de outubro de 2012.
- RAMONE, Marcus. *“Atleta chinês vira super-herói de HQ da Nike”*. Disponível em:
<http://www.universohq.com/quadrinhos/2010/n22102010_02.cfm>. Acessado em: 22 de outubro de 2010.
- RAMOS, Paulo. *“Revolução do Gibi – A Nova Cara dos Quadrinhos no Brasil”*, editora Devir, 2012.
- ROGERS, Vaneta. *“One Year Later: Comic Shop Owners Mostly Praise the NEW 52”*. Disponível em:

<<http://www.newsarama.com/comics/one-year-later-retailer-asess-the-new-52.html> >.

Acessado em: 7 de fevereiro de 2013.

_____. *"DC Touts Controversial Amazon Deal, Answers Criticism"*. Disponível em:

<<http://www.newsarama.com/comics/dc-opens-amazon-storefront-111121.html> >. Acessado

em: 7 de fevereiro de 2013.

ROUSH, Wade. *"Madefire's Comics Bring a New Visual Grammar to the iPad"*. Disponível em:

<<http://www.xconomy.com/san-francisco/2012/06/21/madefires-comics-bring-a-new-visual-grammar-to-the-ipad/> >. Acessado em: 8 de fevereiro de 2013.

SANTOS, Roberto Elísio dos. *"Produção Editorial de Quadrinhos no Brasil: do surgimento ao Gibi"*, 2012, In: SANTOS, Roberto Elísio dos; VERGUEIRO, Waldomiro; CHINEN, Nobuyoshi; e RAMOS, Paulo (Org.). *"Gibi – A Revista Sinônimo de Quadrinhos"*, São Paulo, editora Via Lettera, 2012.

SHIRKY, Clay. *"A Cultura da Participação"*, 2010, editora Jorge Zahar, 2011.

SIMÕES, Isabella de Araújo Garcia. *"A Sociedade em Rede e a Cibercultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação"*, artigo publicado na 5ª edição da revista eletrônica *"Temática"*, em maio de 2009. Disponível em:

<http://www.insite.pro.br/2009/Maio/sociedade_ciberespa%C3%A7o_Isabella.pdf >.

Acessado em: 21 de janeiro de 2013.

STREITFELD, David. *"In a Battle of the E-Readers, Booksellers Spurn Superheroes"*. Disponível em:

<<http://www.nytimes.com/2011/10/19/technology/bookstores-drop-comics-after-amazon-deal-with-dc.html?pagewanted=all> >. Acessado em 7 de fevereiro de 2013.

THOMPSON, John B.. *"A mídia e a modernidade"*, 1995. Petrópolis, editora Vozes, 10ª edição, 2008.

TRUITT, Brian. *"Dave Gibbons lends expertise to groundbreaking Madefire app"*. Disponível em:

<<http://usatoday30.usatoday.com/life/comics/story/2012-08-28/Madefire-digital-comics-app/57363898/1> >. Acessado em: 8 de fevereiro de 2013.

VIANA, Nildo. *"Heróis e Super-Heróis no Mundo dos Quadrinhos"*, editora Achiamé, 2005.

WALKER, Brian. *"The Comics Before 1945"*, editora Harry N. Abrams, Inc. Publishers. 2004.

YABU, Fábio. *"5 coisas que aprendi com crowdfunding"*. Disponível em:

<<http://www.yabu.com.br/blog/2013/01/11/5-coisas-que-aprendi-com-crowdfunding/> >.

Acessado em: 27 de janeiro de 2013.

ZAKARIN, Scott. *"Stan Lee: Mutantes, Monstros e Quadrinhos"*, documentário, 2002.

http://wwwbr.kodak.com/BR/pt/consumer/fotografia_digital_classica/para_uma_boa_foto/historia_fotografia/historia_da_fotografia03.shtml?primeiro=1 (acessado em 18 de setembro de 2012)

http://wwwbr.kodak.com/BR/pt/consumer/fotografia_digital_classica/para_uma_boa_foto/historia_fotografia/historia_da_fotografia02.shtml?primeiro=1 (acessado em 18 de setembro de 2012)

http://wwwbr.kodak.com/BR/pt/consumer/fotografia_digital_classica/para_uma_boa_foto/historia_fotografia/historia_da_fotografia05.shtml?primeiro=1 (acessado em 18 de setembro de 2012)

<http://www.eadweardmuybridge.co.uk/> (acessado em 18 de setembro de 2012)

<http://www.thecomicbooks.com/old/Platinum.html> (acessado em 23 de novembro de 2012)

<http://jovemnerd.ig.com.br/> (acessado em 29 de setembro de 2012)

<http://www.youtube.com/watch?v=tSaervsL72o&list=UUmECIzCBDx-vrt0GuSKBd9g&index=5> (acessado em 31 de janeiro de 2013)

<http://www.artistshare.net/v4/> (acessado em 3 de fevereiro de 2013)

<http://www.kickstarter.com/> (acessado em 3 de fevereiro de 2013)

<http://catarse.me/pt/faq> (acessado em 3 de fevereiro de 2013)

<http://blog.catarse.me/2-anos-de-catarse/> (acessado em 3 de fevereiro de 2013)

<http://catarse.me/pt/mascate> (acessado em 3 de fevereiro de 2013)

<http://www.indianic.com/quality-epub-creation-conversion-and-formatting-service.html> (acessado em 6 de fevereiro de 2013)

<http://macworldbrasil.uol.com.br/noticias/2012/04/02/apple-completa-36-anos-conheca-a-historia-da-empresa/> (acessado em 6 de fevereiro de 2013)

<http://www.diamondcomics.com/Home/1/1/3/597?articleID=116973> (acessado em 7 de fevereiro de 2013)

<http://www.youtube.com/watch?v=JxE9EODS588> (acessado em 8 de fevereiro de 2013)

<http://www.willtirando.com.br/?post=988> (acessado em 28 de setembro de 2012)

<http://www.chongas.com.br/2013/01/carregando/> (acessado em 14 de janeiro de 2013)

<http://www.willtirando.com.br/?post=1086> (acessado em 14 de janeiro de 2013)


<http://www.madefire.com/> (acessado em 8 de fevereiro de 2013)

<http://nike.com.cn/aw77/liuxiang/> (acessado em 22 de outubro de 2010)

<http://www.mtv.com/videos/interview/846245/nycc-2012-dave-gibbons-interview.jhtml#id=1695500> (acessado em 16 de outubro de 2012)

ANEXOS

Matéria sobre Jim Steranko escrita por Todd Casey, publicada na revista “Wizard Brasil n°13”, em outubro de 2004 (páginas 13-18)



O HOMEM MISTERIOSO

DURANTE TRÊS ANOS, NO FINAL DA DÉCADA DE 60, NENHUM OUTRO DESENHISTA MUDOU TANTO A FACE DOS QUADRINHOS QUANTO JIM STERANKO. MAS SUA INFÂNCIA VIOLENTA E A VIDA COMO ARTISTA DE FUGAS TALVEZ SEJAM TÃO INCRÍVEIS QUANTO SEUS FEITOS NOS QUADRINHOS

POR TODD CASEY

Uma brisa suave espalha o cheiro de algodão-doce e pipocas em meio a uma multidão de pessoas que se apertam em volta de uma colossal roda-gigante num parque de diversões a leste da Pensilvânia. Sem que elas saibam, em poucos minutos um homem arriscará a própria vida apenas para lhes proporcionar entretenimento.

Jim Steranko, um adolescente vestido de *smoking*, desafia a multidão, dizendo que não existe nada – sejam cadeados, cordas, algemas, caixões, caixotes, malas ou correntes – capaz de prendê-lo. Está tão seguro de sua habilidade sobre-humana para escapar, que chega a oferecer mil dólares a quem conseguir prendê-lo, mas o autoconfiante artista não diz de que forma o vencedor poderia apanhar seu prêmio, caso ele morresse.

Noite após noite, Steranko se livrava de grilhões enferrujados, se esquivava de camisas-de-força e esgueirava-se para fora de sacos firmemente amarrados sem ter de entregar os mil dólares.

Nesta noite de verão de 1955, enquanto é iluminado por dois enormes holofotes, ele encara um dos mais difíceis desafios de sua carreira, ao se oferecer como voluntário para ser amarrado em mais de 30 metros de cordas, cheias de laços e nós, em meio às vigas de aço da roda-gigante em movimento.

Ao contrário de suas escapadas anteriores, nunca antes ele havia tentado algo tão arriscado. Embora já tivesse se livrado de cofres, celas de prisão, caixotes atirados no fundo de rios e até mesmo sido enterrado vivo, nada o preparou para o que aconteceria naquele fatídico e inesquecível momento.

As luzes de neon da roda-gigante iluminavam o céu noturno enquanto Steranko lutava para se libertar de seu emaranhado de cordas. Depois de duas voltas, ele se esgueirou por um punhado de nós, deixando as pontas dançando no ar à sua volta enquanto se remexia. Mas na terceira volta o inesperado ocorreu.

As cordas que envolviam seu corpo também o mantinham preso à roda-gigante e, quando vários nós foram desfeitos ao mesmo tempo, ele despencou lá de cima. O som das engrenagens abaixo foi abafado pelos gritos da multidão. Steranko caiu de cerca de cinco metros de altura e atingiu uma das cadeiras do brinquedo, que não estava ali um segundo antes.

Um manto de silêncio recaiu sobre os espectadores – silêncio que Steranko transformou num coro ensurdecedor de aplausos e assobios, quando emergiu da cadeira, com o rosto cortado, os pulsos feridos, o corpo machucado e mil dólares no bolso.

Jim Steranko era capaz de ir até esse ponto para entreter, atitude que reforçaria 20 anos depois, quando ameaçou atirar um funcionário da **Marvel** de uma janela do décimo andar do prédio da editora, durante uma discussão a respeito de uma sequência silenciosa na revista *Nick Fury: Agent of S.H.I.E.L.D.*

Artista nato, Steranko tornou-se um dos cinco nomes mais influentes dos quadrinhos ao revolucionar o gênero com apenas 29 histórias, a maioria delas na **Marvel**, durante um período de três anos no final da década de 60.

Como um incrível artista de fugas, ele deixou os leitores atordoados com sua estonteante gama de técnicas e estilos jamais vistos antes, incluindo a primeira sequência inteiramente muda, uma inacreditável *splash page* de quatro páginas, *layouts* complexos que misturavam ilusões de ótica, mensagens ocultas e até mesmo labirintos. Steranko levou um toque cinematográfico às suas narrativas, que sacudiram a indústria para sempre – e isso porque os quadrinhos nem sequer eram sua única ocupação.

Wizard Brasil – Outubro de 2004 **13**

INFÂNCIA VIOLENTA

O artista foi criado no leste da Pensilvânia, numa casa que seu pai construiu antes de ser afligido pela tuberculose. O velho Steranko trabalhava arduamente 14 horas por dia numa mina de cobre, até que ficou aleijado num acidente e precisou encontrar outras maneiras de trazer o pão para casa. E elas variavam de tocar música a contrabando de bebidas, antes de se estabelecer como técnico de equipamentos eletrônicos.

Embora tenha crescido numa casa antiliterária, Steranko afirma que já lia aos dois anos e entrou para a escola aos quatro. Os amigos que conheceu lá e os gibis do Capitão América de segunda mão que conseguia foram um modo de escapar do mundo rude no qual nasceu. Ele e os garotos da vizinhança fizeram da cidade seu playground e se divertiam explorando os esgotos sob as ruas, correndo nos trilhos à frente de trens em alta velocidade, saltando dos telhados de prédios e praticando outras aventuras arriscadas, em que imitavam os heróis de seus gibis prediletos.

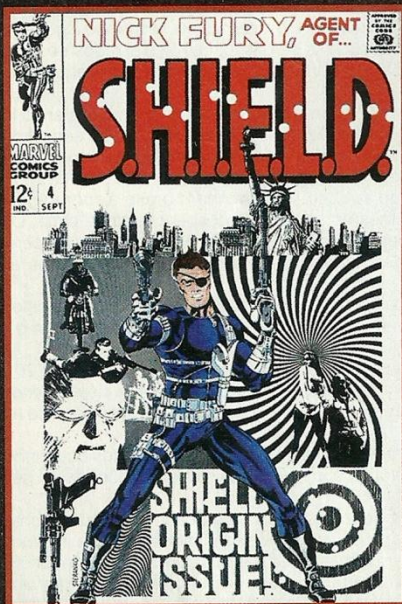
AULA DE JIM

MOMENTOS CLÁSSICOS DE STERANKO

NICK FURY: AGENT OF S.H.I.E.L.D. 4

Recém-saído de um trabalho como diretor de arte de uma agência de publicidade, Steranko sabia como atrair o olhar dos consumidores, mas esta capa de *Nick Fury: Agent of S.H.I.E.L.D. 4*, de 1968, transformou um olhar casual num transe hipnótico para os leitores, com uma enxurrada de efeitos psicodélicos.

A arte ótica (ou op-art), popularizada nos trabalhos de artistas como MC Escher, nunca havia sido aplicada aos quadrinhos até que Steranko inundou o mundo de Fury de formas ondulantes, espirais e círculos concêntricos estonteantes para criar efeitos cinéticos sem precedentes. Mesmo entre as capas cheias de brilho e cores de hoje, o Fury de Steranko impressiona.



Quando adolescente, afastou-se dos amigos e passou a se dedicar à arte. À medida que se tornou mais introvertido, seu cabelo comprido, as roupas batidas e a inclinação para a ilustração o marcaram como um renegado – e o tornaram o alvo preferido de uma gangue conhecida como Os Navalhas.

Às vezes, conseguia se refugiar em becos sem-saída, evitando ser brutalmente espancado por seus perseguidores, mas quando o apanhavam, batiam sua cabeça contra o chão ou chutavam seu rosto. Isso alterou fundamentalmente sua personalidade.

"A brincadeira acabou", diz Steranko, hoje com 65 anos de idade, e com graça e espirologia que parecem desmentir a infância violenta. "O medo e a raiva me dominaram até que encontrei algumas formas de lidar com isso. Muitas delas não eram nada agradáveis."

Ele resolveu enfrentar a adversidade, mas não conseguiu impedi-la de continuar moldando sua vida. "Entre num estado de reclusão, tentando calar a raiva que dominava minha vida, um sentimento como nunca experimentei antes. Por mais que odiasse Os Navalhas, odiava mais a mim mesmo, por não conseguir detê-los", afirma. "Por isso, meu principal esforço passou a ser controlar minha raiva, e isso se tornou um padrão para o resto dos meus dias".

Steranko teve de aprender a se proteger ou continuaria apanhando todos os dias até morrer. Os punhos foram substituídos por canos, depois por canivetes e, finalmente, por pistolas de fabricação caseira. Ele se tornou um adversário feroz e deixou de ser um alvo, para mergulhar numa espiral de violência crescente.

Seramente encrencado, percebeu que sua vida havia chegado a um beco sem-saída e, se continuasse a brigar, inevitavelmente acabaria na prisão ou num caixão. A invulnerabilidade que sentia quando criança deu lugar a um sentimento iminente de medo e à necessidade de fugir.

Então, começou a concentrar sua energia em empreendimentos criativos e a aplicar as lições que aprendeu nas ruas no trabalho profissional. Quando iniciou sua carreira nos quadrinhos, em 1966, Steranko lutou persistentemente para se provar, refinando constantemente suas habilidades, redefinindo objetivos e abordando as HQs com o mesmo fervor que demonstrava em sua juventude.

AFASTANDO-SE DE KIRBY

Convicto de sua capacidade, o artista expressava uma confiança que beirava a arrogância, e sua natureza beligerante quase sempre o levava a se confrontar com quem quer que o pusesse contra a parede. Contudo, com a mesma intensidade com que se indispunha com outras pessoas, Steranko era devotado aos amigos e ao seu trabalho.

"Como muitas pessoas criativas, Jim é complexo", descreve seu amigo Dave Stevens, o criador de *Rocketeer*. "Mas, com quem o conhece há décadas, ele sempre foi caloroso, amigo e generoso; cheio de informações e idéias para compartilhar, contando piadas sujas e rindo de tudo, especialmente de si mesmo."

Apesar do senso de humor afiado, Steranko sempre tratou seu trabalho com extrema seriedade. Mesmo sendo reconhecido como um dos mais inovadores e talentosos artistas na história dos quadrinhos, ele não tem muita certeza se merece tal louvor.

"Não sei se alguma vez senti que tinha feito algo de especial", confessa, recostando-se numa poltrona. Embora seja quase uma da manhã, está vestindo um roupão de linho e usando óculos de sol, devido à sensibilidade à luz, o que reforça ainda mais seu comportamento excêntrico. "Vejo meu trabalho simplesmente como se eu fosse um artista de variedades. Em 1966, a Marvel me contratou para vender gibis – não passo de um mercenário."

AULA DE JIM

MOMENTOS CLÁSSICOS DE STERANKO



STRANGE TALES 167

Steranko migrou de "grande" para "imenso" em *Strange Tales 167*, com esta sequência em página quádrupla que capturava toda a intensidade e paixão da batalha épica de Nick Fury contra o Garra Amarela. Esse recurso revolucionário foi apenas um das mais de 150 técnicas narrativas que ele criou – todas as

quais serão catalogadas no livro *Innovations*, do historiador de quadrinhos James Romberger, a ser lançado em breve nos Estados Unidos.

Esse tremendo efeito é um bom exemplo das constantes investidas do artista contra as barreiras e restrições narrativas à medida que expandia o vocabulário dos quadrinhos com suas técnicas gráficas inovadoras.

Para Steranko, as técnicas narrativas que criou não são exemplos de uma criatividade excepcional, mas apenas a representação de imagens em sua mente. "Não me vejo como uma usina de talento, mas como um escravo de minhas visões", explica. Tais visões nasceram parcialmente de seu amor pelo cinema, que começou aos seis anos.

"O primeiro filme que assisti foi *A Máscara de Dimitrios*", relembra com afeto. "Um suspense noir da Warner (de 1944), que exerceu um impacto profundo em mim. Imagine um garoto de seis anos que nunca havia ido ao cinema antes, sentado numa sala escura, olhando para uma tela enorme com gigantescos closes e ângulos incomuns. Isso mudou a minha vida."

A experiência pôs em ação as sementes de criatividade que o levaram a trazer técnicas cinematográficas às histórias em quadrinhos.

"Aprendi a desenhar com os gibis, mas minhas sensibilidades narrativas foram formadas inteiramente por meio dos filmes", revela, acrescentando que copiou cenas do *Superman* de Joe Shuster e imitou o trabalho de Wally Wood e Jack Kirby.

As técnicas narrativas que criou funcionaram como uma maneira de escapar da "mentalidade de máquina Xerox" de muitos de seus contemporâneos. No começo dos anos 60, o trabalho de Jack Kirby na *Marvel*, com os *Vingadores* e o *Quarteto Fantástico*, o tornaram o preferido entre os leitores e jovens artistas.

Apesar de Steranko ter começado na "Casa das Idéias" arte-finalizando Kirby, sua abordagem dos desenhos e do layout das páginas era radicalmente diferente e rapidamente o afastou do bando de criadores que só se preocupavam em imitar "O Rei".

"Os outros artistas só estavam trilhando um terreno seguro", observa. "Seus processos narrativos simplesmente reciclavam velhos clichês, mas eu que-

ria explorar novas idéias, mapear áreas intocadas. Naturalmente, ao fazer isso, cometi erros espetaculares, com certeza mais do que qualquer outra pessoa que trabalhava naquela época. Erros que ainda são dolorosos para mim."

Se Steranko cometeu mais erros que seus contemporâneos, foi porque se arriscou mais, sempre forçando os limites das convenções narrativas então aceitas.

"O que me chamou a atenção desde cedo no trabalho de Steranko foi o fato de adotar um estilo diferente para cada projeto", diz David Mack, que recrutou o artista para fazer uma capa para sua criação, *Kabuki*, no final dos anos 90. "Toda vez que faz algo, a arte possui um ritmo e um visual diferentes de seus outros trabalhos; é incrível."

As aventuras de Steranko em busca de métodos jamais testados de narrativa e sua inclinação para desbravar novas fronteiras atraíram bastante atenção sobre ele, nem sempre de forma positiva – principalmente dentro dos escritórios da *Marvel*, onde encontrou certa resistência.

SILENCIANDO NICK FURY

Nick Fury, a resposta da *Marvel* a James Bond, se tornou popular o bastante nas páginas da revista *Strange Tales*, em 1968, para garantir seu próprio título, *Nick Fury: Agent of S.H.I.E.L.D.*, com Steranko escalado para desenhar e escrever – foi justamente com relação ao último item que os problemas na editora começaram.

Nas três páginas iniciais da edição de estréia, Steranko foi o pioneiro numa técnica narrativa sem precedentes, quando eliminou toda a narração e diálogos da sequência de abertura ao mostrar Fury infiltrando-se numa fortaleza inimiga.

A beleza na construção de uma



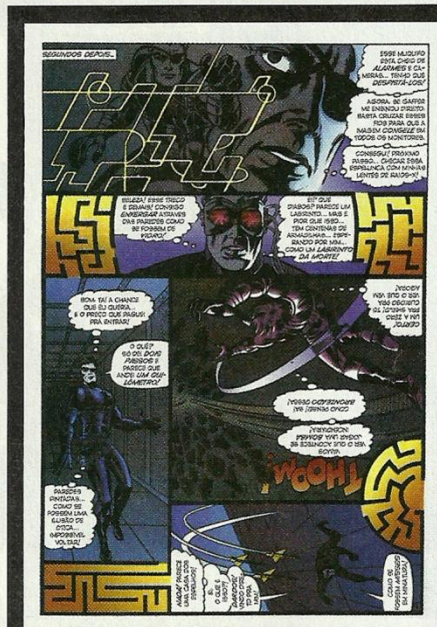
REAÇÃO EM CADEIA Em seus dias de artista de fugas, o jovem Steranko prometia mil dólares a quem conseguisse prendê-lo.

Wizard Brasil – Outubro de 2004

15

AULA DE JIM

MOMENTOS CLÁSSICOS DE STERANKO



STRANGE TALES 166

Sempre buscando novas maneiras de tornar a experiência dos fãs mais dinâmica, Steranko incorporou um elemento labiríntico em *Strange Tales 166*, que exigia que o leitor ficasse atento para ver qual quadrinho continuava no seguinte.

A medida que Fury atravessava as passagens estreitas do labirinto, os leitores se juntavam a ele no esforço para navegar pelas reviravoltas do *layout* e se viam até mesmo obrigados a girar a revista quando os quadrinhos ficavam de cabeça para baixo.

A enurrada desses *layouts* idiossincráticos deu ao artista a aura tanto de visionário quanto de arrojado e deixaram suas páginas gravadas para sempre na mente dos leitores.

cena silenciosa o havia tocado quase 16 anos antes, quando assistiu ao longa-metragem francês *Rififi*. "No filme, um assalto era realizado no mais completo silêncio por causa de um alarme de som. Um terço do filme não possuía nenhum diálogo ou trilha sonora e, aos 14 anos de idade, essa idéia me deixou pregado na cadeira", descreve Steranko.

A seqüência silenciosa em *S.H.I.E.L.D.*, contudo, não teve o mesmo efeito sobre o editor-chefe, na época, Stan Lee. Ele temia que os jornalistas pensassem que se tratava de um erro de impressão e devolvessem os exemplares da revista. Esse foi um dos muitos desentendimentos que o briguento Steranko teve com o todo-poderoso da **Marvel**, a respeito do conteúdo criativo de seu trabalho.

"Stan havia formulado uma série de processos editoriais desde 1940 e, quando me juntei às fileiras da **Marvel**, os seguia à risca", explica o artista. "Ao mostrar minhas páginas com técnicas gráficas que jamais tinha visto antes, seu radar ficou desorientado."

Steranko compreendeu as reservas de Lee, porque sua nova abordagem ainda não havia sido testada. Mas quando o chefe de produção Sol Brodsky recusou-se a lhe pagar por escrever três páginas mudas, já que tecnicamente elas não continham nenhuma palavra, o artista explodiu.

Ele invadiu o escritório de Brodsky, no décimo andar do edifício da "Casa das Idéias", que dava para a Madison Avenue (em Nova York), e ameaçou: "É melhor você estar brincando ou vou te jogar por essa porta de janela!"

Depois de passar a adolescência brigando nas ruas, o aguerrido artista não estava a fim de ser passado para trás na vida profissional. "Felizmente, Sol viu a sabedoria do meu conselho", diz Steranko, observando que sua personalidade forte tendia a desencorajar aqueles que ameaçavam impedir sua visão.

Muitas de suas inovações – tais como os *layouts* complexos, as ilusões de ótica estonteantes e as imagens superpostas – são empregadas comumente pelos criadores de hoje.

"Eu me lembro que desenhava uma página muda atrás da outra quando era garoto", diz o artista de *Batman: O Longo Dia das Bruxas* (Editora Abril), Tim Sale, que aos 13 anos foi atraído instantaneamente pelo número 1 de *Nick Fury*. "Essa edição me levou a discutir arte com minha mãe. Ai, ela botou um livro com esculturas de Michelangelo diante de mim, que abriu a minha mente. Podemos dizer, portanto, que Steranko levou a isso, o que foi algo magnífico."

Em 2001, a **Marvel** dedicou um mês inteiro a edições mudas e, sem precisar apelar para ameaças violentas, os roteiristas foram pagos integralmente por seus trabalhos.

COLABORANDO COM COPPOLA

Da mesma forma que reinventou a narrativa dos quadrinhos, Steranko fez o mesmo consigo no decorrer da vida. De músico a atração de parque de diversões, ele experimentou uma grande variedade de ocupações e, após alguns anos nos quadrinhos, reduziu suas atividades e produziu apenas um número seleto de projetos que o permitiram pôr em prática suas visões sem restrições editoriais.

"Steranko era um *designer* sofisticado demais e a indústria de quadrinhos não estava preparada para isso", diz o criador de *Hellboy*, Mike Mignola. "Ele surgiu com seu visual radical e mudou tudo muito rapidamente. Explorou as HQs e, de certa maneira, ajudou o gênero a amadurecer. Então, partiu para fazer outras coisas. Foi como uma chama que queimou e brilhou duas vezes mais que as demais."

Em 1969, o artista montou um estúdio chamado **Supergraphics**, no qual produziu a revista de entretenimento de circulação internacional *Prevue*, precursora da *Entertainment Weekly* e da *Premiere*. Ele realizou entrevistas exclusivas com Harrison Ford, Ridley Scott, Clint Eastwood, George Lucas e muitas outras celebridades do cinema, e ainda encontrou tempo para produzir um número razoável de gibis revolucionários, como o policial *Red Tide*, de 1978, mas nenhum deles o satisfez criativamente.

"Se você fosse até minha casa agora, poderia olhar do porão até o sótão e não encontraria nenhum sinal de meus trabalhos, simplesmente porque não suportou olhar para eles", diz Steranko. "Eles me ferem artisticamente, porque, na verdade, cada obra me lembra o quanto sou ruim."

Talvez o autor nunca tenha ficado satisfeito com seus trabalhos, por sentir que eles jamais representaram completamente o que via em sua mente. "A cada obra que faço, tenho uma visão", revela. "É como se houvesse uma tela de cinema em minha mente e, acredite, ela é potente. Porém, de alguma forma, quando

essas imagens descem para meu coração e meus dedos, se transformam em outra coisa. Se um dia conseguir fazer uma pintura ou um desenho no qual sinta que atingi 100% do que vislumbrei, talvez nunca mais volte a desenhar."

Os colegas do artista daquela época, contudo, estão longe de concordar com seu julgamento e até mesmo aqueles que questionaram seus métodos no princípio hoje apreciam seu brilhantismo.

"Steranko não pensa em si mesmo como um roteirista, mas é um dos melhores", proclama Stan Lee. "E ele não se considera um grande artista, mas sempre foi, além de inovador e excelente designer. Sua parada foi uma enorme perda para os quadrinhos, porque as pessoas ainda falam do pouco que fez e de como isso é incrivelmente memorável."

Como modificou de modo radical sua direção criativa para adaptá-la a cada trabalho, na verdade não existe um estilo emblemático da arte de Steranko. De suas pinturas foto-realistas do *Sombra* nos anos 70 à sequência de pesadelo surrealista na revista *Captain America 111*, em 1969, às imagens expressionistas de *Kabuki* em 1997, demonstrou ser um mestre numa enorme gama de métodos artísticos.

Ele também alega ser o único criador da indústria a contribuir em todos os níveis de produção, incluindo a feitura de roteiros, desenhos, arte-finais, colorizações e letreiramentos, tendo desbravado novas fronteiras em cada uma dessas áreas.

"Steranko não é um artista, é um mágico", afirma o famoso desenhista do Batman, Neal Adams. "Acho que se tornou um artista, porque queria contar uma história. Se perguntarmos a Jim como se acha como artista, ele nos dirá que não desenha muito bem."

Esses desenhos, porém, atraíram a atenção de alguns dos maiores visionários do mundo e Steranko foi recrutado para contribuir artisticamente em projetos de filmes que vão de *Os Caçadores da Arca Perdida*, de George Lucas e Steven Spielberg, ao *Drácula*, de Francis Ford Coppola.

Enquanto vem trabalhando num projeto ainda sem título de Coppola desde 2002, ele continua a contribuir com os quadrinhos. Atualmente, está produzindo uma versão não censurada de seu policial *Red Tide* para a *Dark Horse*. Além disso, como só precisa de quatro horas de sono por dia, também encontra tempo para escrever um episódio do seriado *Justice League Unlimited* para o *Cartoon*



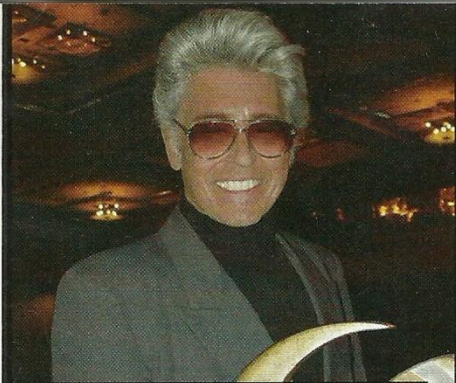
AULA DE JIM

MOMENTOS CLÁSSICOS DE STERANKO

CAPTAIN AMERICA 111

Nem mesmo os *hippies* em Woodstock experimentaram viagens alucinógenas tão bizarras quanto esta sequência de pesadelo da revista *Captain America 111*, de 1969, em que Steranko mergulha o Sentinela da Liberdade num pesadelo surrealista que deixaria Salvador Dali coçando a cabeça de espanto.

A culpa obsessiva do herói com relação à morte de seu parceiro Buck tortura seu subconsciente e o artista usa isso para mergulhar o leitor na visão perturbadora do rosto do jovem se desintegrando. Steranko congelou na página um momento de delírio e virou do avesso o mundo do Capitão de forma tão eficiente, que a narração se torna apenas um complemento.



ETERNAMENTE JOVEM Aos 65 anos, Steranko ainda parece ser capaz de escapar de praticamente qualquer coisa.

Network, estrelado pelo Sr. Milagre que, ironicamente, Kirby criou baseando-se nele.

Num jantar com o criador (em parceria com Joe Simon) do Capitão América em Nova York, em 1970, Steranko observou que os quadrinhos eram repletos de mágicos, mas não havia nenhum artista de fugas. Ele costumava fazer truques para a família de Kirby sempre que visitava sua casa, mas nunca havia mencionado seu trabalho como artista de fugas.

Quando fez isso, os olhos de Kirby se acenderam e ele logo pediu mais detalhes. Steranko contou como havia sido enterrado vivo e jogado no fundo de rios amarrado a correntes e cadeados. Ele sabia como narrar uma história hipnotizante e capturar a atenção de seu público, mas nunca imaginou que o Rei ficaria tão encantado.

Numa reunião com o então editor-chefe da DC, Carmine Infantino, seis meses depois, Steranko ficou chocado quando ele jogou as provas de um gibi sobre a mesa e disse: "Este é você. *Mister Miracle* 1".

O Sr. Milagre, que integrava os títulos da linha do *Quarto Mundo* de Kirby, que incluía os *Novos Deuses*, era conhecido como "o maior artista de fugas do mundo" e usava o mesmo apelido de Steranko em seus dias como atração de parque de diversões.

Por mais estranho que pareça, porém, Kirby não foi o único a criar um personagem baseado no artista. O escritor Michael Chabon inspirou-se nesse lado da vida de Steranko quando deu vida a Joe Kavalier, o protagonista de seu romance ganhador do prêmio Pulitzer, *As Incríveis Aventuras de Kavalier & Clay* (Editora Record).

"Muito tempo atrás, ouvi dizer que Kirby tinha se baseado em Steranko para criar o Sr. Milagre", explica Chabon. "Mas quando li isso pensei: 'Quê? Isso não pode ser verdade. Steranko não pode ter sido um artista de fugas, isso é simplesmente ridículo'. No entanto, anos depois, quando estava fazendo pesquisas para seu livro, o escritor topou com um artigo que lhe forneceu provas incontestáveis de que ele havia mesmo sido um artista de fugas.

"Assim que li aquilo, tive um estalo", diz Chabon. "Havia um hiato no livro a respeito de como Kavalier havia saído de Praga e, se ele tivesse sido um artista de fugas, isso me forneceria a explicação de como poderia ter escapado da ocupação nazista. Se tinha acontecido na vida real, eu poderia colocar em minha obra."

Das primeiras páginas de *Strange Tales* ao episódio da *Liga da Justiça*, Steranko criou artes extraordinárias e histórias de tirar o fôlego. No entanto, também seguiu mais carreiras do que a maioria das pessoas consegue em nove vidas – todas as quais ele pretende expor numa série de nove volumes autobiográficos em que está começando a trabalhar, intitulados *Nine Twisted Lives*.

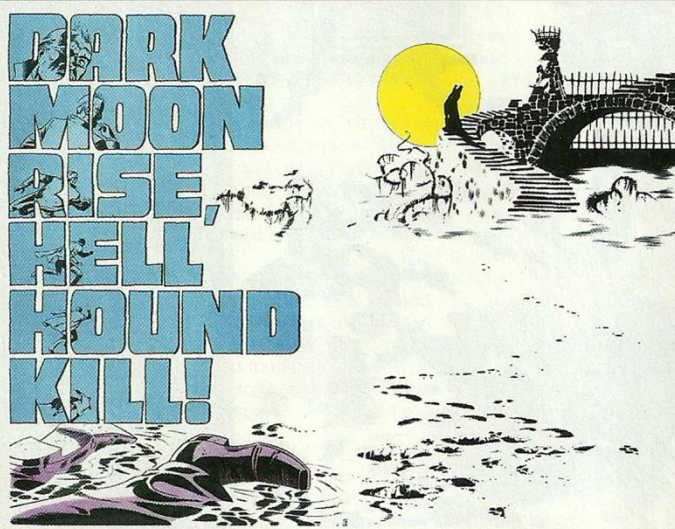
Como uma atração de parque de diversões que se torna o centro das atenções durante um breve instante todas as noites, Jim Steranko roubou a cena nos quadrinhos, recebendo os *oohs* e *aahs* dos fãs com feitos jamais tentados e truques absolutamente incríveis. E, num segundo, como um artista de fuga que escapa de uma caixa amarrada, ele desapareceu. Tudo o que restou foram os aplausos. Um verdadeiro artista não faria de outra maneira.



O redator Todd Casey também é conhecido como Sr. Milagre na redação da *Wizard*, porque sempre que o pessoal vai ao barzinho ele dá um jeito de escapar antes que a conta chegue.

AULA DE JIM

MOMENTOS CLÁSSICOS DE STERANKO



NICK FURY: AGENT OF S.H.I.E.L.D. 3

Em contraste com sua frenética *splash-page* de quatro páginas, Steranko estendeu aqui um cenário branco de desolação por duas páginas inteiras.

Em todo seu trabalho, ele utilizou cada elemento da página para contar sua história e, com frequência, incorporava um tratamento especial aos títulos, mas em *Nick Fury: Agent of S.H.I.E.L.D. 3* a ação se passa dentro das letras.

A solidão do cenário e a silhueta de um cão demoníaco ao fundo tornam esse espaço vazio ainda mais aterrador e prova que menos pode significar mais.